De CERO a EMPRESARIO



Conduce tu **negocio** al siguiente nivel

Titto Galvez
Fundador de




THE STARTERS
www.thestarters.com.mx
Publishing

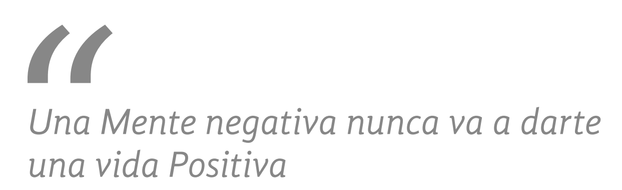
Este libro es para ti que deseas iniciar un negocio, pero no sabes nada o muy poco del ámbito. Aprenderás las cuatro áreas principales que todo negocio necesita para no morir.

El sueño de la mayoría de las personas es emprender un negocio y ser dueños de su tiempo, pero muchos, cuando por fin se animan a abrirlo, fracasan antes del año por no conocer estas cuatro áreas.

Evita ser uno de esos empresarios que fracasan y aprovecha esta guía que ha ayudado a miles de empresarios en todo el mundo.

Toma papel, lápiz ¡y que inicie el show!

— TITTO GÁLVEZ



— ANÓNIMO


ÍNDICE



Olvida esa costumbre de esperar a que sea viernes, a que sea verano, a que alguien se enamore de ti, de esperar para vivir.
La felicidad se alcanza cuando dejas de esperar por el momento correcto y aprendes a hacer lo máximo del presente.

— ANÓNIMO

PRÓLOGO

Tuve la suerte (no sé si buena o mala) de vivir a los veinte años la separación de mis padres, quedándome con mi hermana y mi madre, y viendo a mi padre muy pocas veces al año. Ocho años más tarde perdí a mi madre. Digo que tuve la suerte porque esta experiencia de vida me llevó a entender el mundo de otra manera; valorar más el tiempo y darme cuenta que los "problemas" que creemos tener no son problemas, que no vale la pena perder energías en banalidades. Entendí que la vida transcurre rápido, sin darte cuenta empiezas a caer en una rutina que te envuelve y, de repente, eres un fantasma más.

Después de estas vivencias, empecé a estudiar cómo influye el optimismo en las personas y entender la importancia que tiene el dedicarnos a hacer las cosas que amamos y nos apasionan. **Ser feliz.**

Me di cuenta de que el sueño de muchas personas era tener un negocio que los haga felices -sabemos que el trabajar para alguien más sin ser dueños de nuestro tiempo, no es algo que nos apasione al 100 por ciento-. Empezar la aventura de abrir un negocio, no tener que obedecer y venderle nuestra vida a alguien más, puede ser algo que disfrutemos y nos haga sentir realizados.

En ese momento, decidí escribir este libro en donde hago una mezcla de motivación y acción. Donde entenderás la importancia de dedicarte a ser feliz y a entender cómo una persona plena puede mejorar su rendimiento.

En la segunda mitad del libro te daré los mejores consejos para que ese sueño que tienes se haga realidad y lo lleves a la acción: emprender tu negocio con solidez y perseverancia. Mezclaremos temas de administración, marketing; pero, sobre todo, la importancia de ser optimistas. Así que si estás listo, empezamos



Recordar que vas a morir es la mejor manera que conozco para evitar la trampa de pensar que tienes algo que perder.

— STEVE JOBS

CAPÍTULO 1

¿La felicidad es una cuestión genética o la vida te lleva a ser feliz?



"El ***Secreto del Cambio*** *es enfocar toda tu energía no en luchar contra lo viejo sino en construir lo nuevo"*

— SÓCRATES

Tuve la gran oportunidad de titularme en Comercio Internacional, cuando estaba en las últimas semanas para graduarme, asistí a una entrevista de trabajo de uno de los bancos más importantes a nivel mundial. Estos encuentros se realizaban directamente en las instalaciones de mi campus y, por querer practicar y aprobar – en mi universidad llevabas una clase exclusiva para asistir a entrevistas de trabajo-, decidí presentarme. Sin planearlo me contrataron.

85%

Todavía no terminaba los créditos de mi carrera y ya tenía empleo, no era cualquier puesto, no tuve que iniciar desde cero en el banco, me salté tres peldaños y era asesor financiero de Pymes. ¿Por qué te cuento esto?, porque ese fue mi primer trabajo formal en una empresa internacional donde me encontré con que el 85 por ciento de las personas que trabajaban en este banco no eran felices. El 85 por ciento de las personas que trabajan no disfrutaban su trabajo, no se despertaban en las mañanas con la ilusión de ir a trabajar.

Lo que hacían era ver el calendario y marcar los días de asueto, desear que el lunes fuera viernes, que las diez de la mañana se convirtieran en las siete de la tarde; para mí, como recién egresado, fue algo interesante para analizar.

Empezar la vida laboral es un cambio fuerte, simplemente piensa: ¿cuántos años de tu vida dedicaste a la escuela? alrededor de 20. Una rutina de estudiante en donde tenías periodo vacacional al menos una semana en semana santa, dos semanas en navidad y fin de año, en verano, al menos un mes; durante el año, ¡cuántas vacaciones y tiempo libre tenías! Y, de repente, se acaba esto y entras en una etapa de tu vida en donde decides venderle tu tiempo a una empresa y tener asuetos a cada rato termina. Ahora trabajas ¡un año seguido! para que te den cinco días de vacaciones por año.

¡Wow! Es un cambio fuerte, pero es parte de la vida.

Pasó el tiempo y por azares del destino me cansé de trabajar en el banco, a pesar de tener un muy buen sueldo. Llegó el momento en el que ya no me gustaba ese puesto, no quise ser uno más de esos robots que sólo están ahí quejándose; por lo que después de meses, renuncié y me fui a trabajar a otra empresa. Para sorpresa mía, igualmente el 85 por ciento de las personas que trabajaban en esa compañía tampoco eran felices: la misma historia. Volvió a llamarme la atención y, entonces, decidí analizar y averiguar qué era lo que pasaba y cómo podía solucionar esa situación en mí.

Yo no quería ser esa persona involucrada en una rutina en donde me levantara cada mañana y tuviera que sufrir por ir a trabajar. Empecé a analizar diferentes factores que influían en esto y a preguntarle a mis compañeros el por qué seguían en la empresa. Hubo muchas respuestas, pero las más comunes fueron:

¿Cómo mantener a la familia; cómo pagar las deudas o créditos bancarios?

¿Cómo iban a sobrevivir si no conseguían nada?

Se sentían viejos para conseguir un nuevo empleo.

Decidían no arriesgarse y seguir viviendo de esa manera.



Convéncete al 100% de que en el trabajo que estás es algo **que te encanta**

Cuando oía esas respuestas me sentía agradecido por no tener ningún compromiso como mantener hijos y darme el lujo de renunciar si quería, pero esto también me ayudó a descubrir el **primer consejo** que es importante darte: si eres una persona recién egresada, que no tiene compromiso, como hijos o mantener a alguien; lo peor que puedes hacer es entrar a un trabajo: estar ahí por tres o cuatro meses, sentir que la pasas bien, y decir: *bueno, la verdad no me encanta pero no me la paso mal y gano muy bien*, entonces, como tienes gastos fijos muy bajos decides crear tu primera deuda y comprarte un carro del año. Sacas un crédito, das el enganche y, ahora, tienes que pagar de cuatro a nueve mil pesos mensuales durante tres años. No digo que este mal, si tu principal sueño es tener un carro nuevo: lo lograste. Pero la mayoría de las veces ¿qué pasa?, te endeudas con un crédito y, después de seis meses, empiezas a odiar tu trabajo, tu jefe y como estás haciendo algo que no te apasiona, por cuestiones obvias, tu desempeño no es el más óptimo.

Y, no es que quiera ser pesimista, pero imagina que en tu empresa deciden hacer recorte de personal y, al no ir a trabajar siempre con esa actitud al 100 por ciento positiva, te despiden. Ahora te quedas con una deuda del coche y debes buscar rápido un trabajo para poder pagarlo. Y, la misma historia se repite: trabajar en un lugar que no te apasiona por el puro enganche con algo material.

Lo que quiero decir con este ejemplo es que antes de endeudarte con la compra de un objeto, convéncete de que estés en un trabajo que te encante, que los lunes nunca importen, que no te des cuenta del tiempo y que, en ocasiones, ni te quieras ir de tanto que te gusta. Sorprenderte cuando llegue tu cheque y te paguen por lo que amas. Volver el trabajo una diversión. Esas son señales de que entonces sí vale la pena endeudarte por algo como un carro. Si no tienes esos síntomas, recomiendo que detengas la deuda y concentrarte en encontrar la actividad que te apasione.

Es por acciones de este tipo que empecé a estudiar el

optimismo y su influencia en la vida diaria de las personas: hay gente que haga lo que haga le sale, se la pasa bien; y viceversa. Por todo esto sentí la necesidad de investigar de manera científica por qué pasaba esto y qué tanto influía en las personas.

Hay gente que haga lo que haga
le sale
y gente que haga lo que haga
lo hunde

Decálogo anti-amargura



1 No te quejes

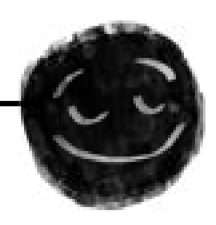
La gente más fuerte no se queja nunca. Una cosa es intentar mejorar las cosas y otra lamentarse porque no tienes lo que deseas.



2 Prohibido terribilizar

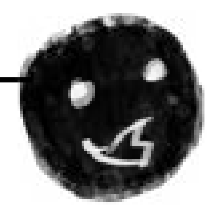
La *terribilitis* es la enfermedad del siglo XXI. Consiste en decirse a uno mismo: *si me echan del trabajo, será terrible, el fin del mundo.*

3 Necesitas muy poco para ser feliz

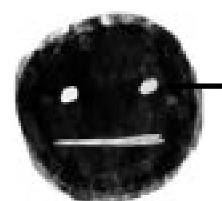


San Francisco de Asís dijo: cada día necesito menos cosas, y las pocas que necesito las necesito muy poco.

4 Cuida el diálogo interno



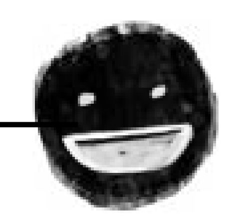
No nos afecta lo que nos sucede, sino lo que nos decimos acerca de lo que nos sucede.



5 No exijas nada de nadie

Una fuente de problemas es decirte a ti mismo que necesitas que todo el mundo te trate bien.

6 Cuídate



Ocúpate primero de ti mismo para hacer felices a los demás

7 Utiliza el humor y el amor frente a la locura ajena



Si tu pareja está de nervios, dale besos y hazle bromas pero no discutas en caliente.



8 Disfruta en el trabajo

Hacemos demasiadas cosas por obligación cuando deberíamos básicamente disfrutar de la vida. Haz todo en clave de diversión.

9 Quiérete incondicionalmente

La mejor autoestima está basada en quererse a si mismo.



10 Quiere incondicionalmente a los demás

Cuando alguien hace algo malo es por desconocimiento o locura. En el fondo, el niño que lleva dentro es maravilloso.

¿Qué es el éxito?

Uno de los primeros términos que decidí analizar fue ¿qué es el éxito? Buscamos ser exitosos, le preguntas a las personas: ¿qué quieren ser en la vida? y te dicen que quieren ser exitosas. Pero entonces: ¿qué es éxito?

Puede haber muchos significados y para cada persona el éxito varía, pero hay una descripción que escuché en una conferencia que me encantó y me gustaría compartirla:



Éxito a los tres años es no hacerte pipí en los pantalones, a los seis años, recordar lo que hiciste en el día, a los 12 años, tener muchos amigos, a los 17 años, tener relaciones sexuales, a los 18 años, tener licencia para conducir, a los 30 años, tener dinero, a los 50 años, tener mucho dinero y luego la vida va para atrás. A los 60 años, tener relaciones sexuales, a los 70 años, permiso para manejar, a los 80 años, muchos amigos y a los 90 años, no hacerte pipí en los pantalones; es decir, todo es un círculo.

¿Sabes qué es lo que los niños buscan a cierta edad? Amor, cuando eres abuelo qué buscas: amor. Nacemos buscando amor y morimos buscando el mismo sentimiento. Lo que hacemos en la vida, y, de forma subconsciente, es buscar el aprecio de los demás: respeto, admiración; por lo tanto, amor.

Hay una frase que me encanta que dice: *no te preocupes tanto por la vida que nadie sale vivo de esta*, es verdad, esto es lo que quiero explicar en esta primera parte del libro. Vivimos en un mundo en donde hemos dejado de tener pasión, eso es un problema, te encuentras gente que sólo te amarga la vida; la gente ha dejado de reír, y la realidad es que la vida es mucho más fácil. Todo está en la forma de pensar y procesar la realidad, eso hace la diferencia.

Qué bonito es encontrarte a una persona que te diga: *oye, Titto, qué bien te ves, más delgado y guapo.* Pero hay personas que te las encuentras y dicen: *Titto, te ves más gordo y pelón*, y la pregunta de nuevo es: ¿esto es normal?, ¿es normal

que haya personas que vean el vaso siempre medio lleno y otras que lo ven siempre medio vacío? ¿En qué radica esta diferencia? Esa es una de las primeras preguntas que tenemos que descifrar. Es por eso que he estudiado el tema, porque en mi opinión no es normal.

Contrario a los psicólogos que están acostumbrados a trabajar con personas con problemas psíquicos, ansiedades o depresiones, analizaremos a las personas que están estables emocionalmente y por qué lo están.

Nos ha pasado que estamos en una reunión de trabajo y, digas lo que digas o propongas lo que propongas, siempre hay alguien que no va a estar de acuerdo; el clásico que se queja de la comida siempre, le ofreces un mezcal y te dice *el mezcal no me gusta*, le enseñas la propuesta del logo de tu empresa y dice, *la verdad no me gusta*; quieres platicar con él para innovar en el negocio y siempre cerrado; gente que no le gusta nada en la vida; por lo que el segundo consejo que te voy a dar es, por favor, no te acerques a esta gente. ¿Sabes por qué? Porque la mala suerte se contagia.

Cuando la NASA envía a alguien a la Luna, el principal factor que mide para saber si una persona es apta para conocer el cosmos; además de que debe calificar con sus habilidades aeronáuticas, es el nivel de optimismo que tiene. ¡Imagínate irte al espacio con un pesimista! *Esto se va a caer, ¿qué es ese ruido?*, ¿Aguantarías a una persona así todo el viaje con tanto pesimismo?, terminarías odiándola.

Entonces una de mis grandes dudas al empezar a estudiar sobre esto era si la gente es feliz por naturaleza, si esto es

genético, o las actividades diarias, rutina y gente con la que convives te van haciendo feliz o infeliz.
Me queda claro que hay golpes en la vida muy fuertes como la muerte de tus padres, hijos o amigos, que pueden afectar mucho el nivel de optimismo, pero aun así, conozco personas y, tengo que incluirme, que hemos perdido a un ser querido, que en lugar de caernos, decidimos honrar a ese ser querido y levantarnos cada mañana con mucho ánimo deseando hacer las cosas que esa persona enorgullecería.

Aún recuerdo que cuando mi madre murió, una persona me dijo: *lo único que tienes que hacer es honrarla*, y, desde ese día, cada vez que me da el bajón por acordarme de ella y extrañarla, recuerdo eso, y estoy seguro de qué es lo que merece: honrarla y **dar lo mejor**.

Ahora, ¿por qué fracasa la gente en la vida? La realidad y está comprobado es que fracasa porque pierde las ganas de vivir, de levantarse por la mañana: la ilusión. Por eso la enfermedad de moda es la depresión. Hoy en día, la primera causa de muerte: todo el mundo está deprimido y lo peor es que están deprimidos por cosas absurdas. Por cosas que están en sus manos remediar.

La gente **fracasa**
porque pierde **la ilusión**

¿Pero por qué da depresión?

La depresión proviene básicamente de la ansiedad; quiere decir que la gente se pasa la vida corriendo, no tiene idea de a dónde corre pero corre: le da un infarto a alguien y en lugar de estarse recuperando dice: *déjame hacer un par de llamadas que tengo que sacar unos pendientes.* Arriesga su salud por trabajo.

Conocí un amigo que tuvo un buen susto porque decayeron las ventas de uno de los productos que vendía en la empresa donde trabajaba. Imagínate, el hombre visitando hospitales, enfermeras y todo por la preocupación y el estrés de mantener las ganancias de los productos y, lo peor del caso, productos de una empresa que ni siquiera es de él. No digo que eso esté mal, lo que sí, es arriesgar tu bienestar y estabilidad.

Y, por si fuera poco, hemos relacionado la risa con la flojera. En los trabajos, hemos hecho del mal humor una profesión. ¡Imagínate! Cuando te ríes la gente cree que no laboras; las empresas, principalmente, tienen un problema grave. ¿Por qué? Porque sus colaboradores y empleados han perdido las ganas de vivir. Está comprobado científicamente que la carencia de entusiasmo, representa entre el 22 y 28 por ciento del coste laboral de una empresa. Si en verdad supieran el gran beneficio que tiene que la gente se ría y se divierta en su trabajo, obtendrían otros resultados. ¡Pregúntenle a Google!, expertos en tratar a sus empleados: oficinas interactivas, con futbolito, áreas de descanso, gimnasio, comida gratuita. Por eso, actualmente, es la empresa número uno en América para trabajar. **La gente es feliz trabajando.**

El hecho de reír incrementa 25 por ciento la memoria. Los niños que ríen en el vientre materno viven alrededor del 25 por ciento más que los que no ríen.

He ido a empresas a dar asesorías y, no sabes a cuánta gente he visto muerta, zombis que murieron a los 30 y enterraron a los 70 ¿Sabes que...? ¡Te aseguro que así son en la cama! Pobre de la esposa o del esposo. Vivir con alguien así por mucho tiempo es complicado, despertarte y oír a tu pareja quejándose o diciendo: *a mí no me digas nada que estoy de mal humor*, ¡qué horror! Hoy en día, aunque no lo creas, esto se ha convertido en una de las principales causas de divorcios.

Por todo esto me he dedicado a estudiar a gente feliz. Personas motivadoras, energéticas, alegres. No amargados que transmiten su sentir a generaciones posteriores. Como dicen los abuelos: *la vida te da las cartas, no puedes elegir qué cartas, pero sí cómo jugarlas.* Nadie te puede agriar la vida, simplemente tú eres el que decide que te amarguen la vida o no. Una persona te puede insultar, pero afectar depende de ti.

Este libro trata de mostrarte lo contrario a lo que nos han enseñado: **Dejar de sufrir.** Hay gente que he visto que toma leche caducada, pero por qué lo hace. Te responde: *porque hay tanta gente que no tiene para comer.* ¿En serio?, ¿por eso la tomas en ese estado? *Cómo se nota que nunca has ido a la guerra.* ¿Es la forma correcta de pensar? Esos son hábitos muy antiguos que puedes modificar.

Pero ¿por qué la gente cambia? ¿Por qué te emocionabas con tus primeros pedidos en tu negocio y, después de un tiempo, exclamas: ¡qué flojera! ¿Qué es lo que pasa? ¿Qué nos han hecho? **¿En qué momento perdemos la ilusión?**

Tenemos que entender ciertos aspectos científicos para ir comprendiendo el optimismo de las personas. Primero, reconocer que el cerebro no ve, sólo se basa en emociones. Por eso los papás ven a sus hijos de manera diferente que al resto de los menores. Esto es lo que nos mantiene vivos. Estamos presentes porque nuestra madre no fue racional, si nuestra madre hubiese sido racional nos mata; porque

cuando un niño nace, no te deja dormir, te da problemas que debes solucionar. Lo más racional ¿qué sería? Matarlo... y, entonces la pregunta es, ¿por qué no lo matas? No lo matas porque no puedes.

Por lo tanto, las mujeres están dejando de lado la maternidad y el tiempo de vida de una mujer sin hijos se está acortando diez años a comparación de las que desean procrear. Pero también observamos que una mujer de 40 años que no tiene hijos, sus niveles de felicidad bajan. Simplemente tú que estás leyendo este libro si eres mamá o, si no es así, pregúntale a alguien que sea mamá: *¿qué es lo más importante en tu vida?* La respuesta será: *mis hijos.*

La realidad es que **nos regimos por amor**, estamos en función de nuestro padre, hermana y pareja, es lo que nos mantiene con vida. Lo hacemos para sentirnos queridos.



¿Cuál es la principal causa del fracaso en la vida?

El miedo es la principal causa del fracaso en la vida. Este sentimiento es genético, por lo tanto, ¿qué tenemos que hacer para erradicarlo? En este momento, tengo 30 años, espero vivir 50 más. Sólo quiero decirme: *adelante, Titto, hoy será un gran día.* Mi miedo está en mantenerme intelectualmente activo. ¿Qué solución hay? **Ponerme en acción.** El ser humano funciona de esa manera: cuando quiere conquistar, se pone guapo, para trabajar, igual. Lamentablemente, el ser humano está hecho para conquistar, pero no para mantener. Y la mayoría de las veces ¿qué pasa?, logras conquistar a tu pareja -novia o esposa-. Vas a trabajar elegante, y al llegar a casa, te pones la camiseta más vieja y rota que encuentras. Entonces, pierdes el detalle que atrapó a tu pareja. El éxito está en el mantenimiento y me refiero a dos tipos:

1 Mantenimiento intelectual

De los cero a los tres años creamos el 65 por ciento del conocimiento de nuestra vida, de tres a seis años el 95 por ciento, de seis a doce años el 98 por ciento y, a partir de los 12 años, se mueren alrededor de diez mil neuronas por día. Estudia y lee diario. Es lo único que tenemos hoy para alejar el Alzheimer.

2 Mantenimiento físico

He tenido la oportunidad de dirigir varias empresas.
Y sabes ¿cuál es el principal factor que reviso antes de contratar a alguien? La manera de abordar las escaleras. Hay gente que devora las escaleras, esa es la que necesito; físicamente bien, deportiva, saludable.

La gente con sobrepeso se quedará dormida leyendo este libro o cualquiera. La gente que no hace actividades físicas es más propensa a adormilarse en pleno trabajo y, ¿por qué pasa esto?, porque entre más peso tengas, menos oxígeno

llega al cerebro.
Recuerda lo que decía antes: nacemos buscando amor y morimos buscando amor; por tal motivo, no olvides que vas a vivir alrededor de 80 o 90 años, no los puedes vivir sólo con tu perro, eso no es suficiente para un ser humano; necesitas cerca a una pareja, hijos, nietos y, si no te cuidas desde ahorita, va a ser muy tarde después.

Por eso tenemos que luchar contra factores como la genética, porque quiere que comas lo máximo, que bebas al máximo. Por eso debes luchar contra eso. Busca esa ilusión por levantarte cada mañana: **nuevos proyectos.** Hay gente que conozco que dice: *ay, es que a mí ya me da todo igual.* Repito: el problema que tenemos es la falta de pasión, no dejes que te dé igual.

La siguiente pregunta es para ti, respóndela sinceramente:

¿Cuántas veces por semana te levantas con menos ilusión, con menos ganas?

Llega el fin de semana y no se te antoja hacer muchas cosas; llegas en la noche, te da sueño y mejor quieres dormir, casi no tienes ganas de hablar. ¿Alguien te ha dicho o has visto a alguien que ría menos? ¿Sabes qué puede estar pasando por tu mente ahora mismo? El negar esto, el negar que a ti no te pasa es un problema; entonces ¿sabes por qué la gente o tú está perdiendo las ganas de vivir? ¿Sabes por qué pasa esto? Te explico:

Tenemos tres cerebros:

1) El cerebro reptiliano
Se dedica a la supervivencia. Los niños cuando nacen saben respirar, todos los músculos y órganos trabajan perfectamente, esto es porque la genética ya te mandó así programado. El 96 por ciento de las cosas que haces en la vida son gracias a este cerebro, ejemplo:

Estás en la escuela, se acaba la clase de la una de la tarde, te vas a comer, comes mucho, regresas a clase de tres y, ¿qué pasa?, mueres de sueño. ¿Por qué? Porque al cerebro reptil no le importa la clase, lo único que le importa es que duermas, lamentablemente este cerebro es el más poderoso, digo lamentablemente, porque es el que nos hace actuar sin razón muchas veces, y esto lo vemos en la vida laboral. Entre más creces en una empresa, más vuelos requieres, duermes menos, tienes *jet lag*, estrés, y entonces al cerebro reptiliano no le importa el éxito, ¿sólo le importa qué? **Sobrevivir.**

Entonces, ¿qué pasa? Te da dolor de cabeza, cansancio, tristeza, hace lo imposible ¿para qué?, para ir a la cama, descansar. Y tú ¿qué haces normalmente?, tomar café, aspirina, y, sigues, sigues y sigues hasta que el cerebro responde y empieza con dolores intensos. ¿Para qué? Para cambiar tu estilo de vida. Y no entiendes y no le das alternativa, hasta que enfermas de cáncer, depresión o diabetes.

El 80 o 90 por ciento de las enfermedades las provoca el cerebro reptiliano porque calcula que con la vida que llevas vivirás menos que con una enfermedad grave a un estrés que el cerebro no puede controlar.

Las personas con dolores en la espalda, cervicales, jaquecas, esas personas normalmente tienen miedo al rechazo. Dolores en la parte frontal de la cabeza o la boca del estómago: miedo al fracaso.

El cerebro se expresa a través del cuerpo. La enfermedad es el **efecto** no la **causa**. Por ejemplo, la fiebre es la primera forma en la que el cerebro avisa que algo está mal; si no avisará, morirías.

En pocas palabras, si no llevas una vida apasionada; si no te levantas en la mañana y dices: *qué suerte, un día más para disfrutar y hacer lo que amo,* lo siento, pero estás muriendo. No hay nada peor en la vida que estar en un trabajo donde

te va bien, pero no te gusta.
Lo mejor que puedes hacer con un empleado de tu negocio que ves que tiene esta actitud, es despedirlo. Le estás solucionando la vida; si no haces esto, verás cómo poco a poco cambia su humor, estará triste y será una convivencia desagradable. La gente feliz rinde entre 65 y 100 por ciento más que la gente normal.

La característica principal de la gente que triunfa en la vida se basa en su nivel de optimismo. Cuando te toque educar a tus hijos, hazlo con amor y entusiasmo. Esto no lo enseñan en las escuelas, te educan en física, química, matemáticas, pero no en estos temas.

El nivel de optimismo se define en qué tan feliz eres en tu día a día

Así que mensaje importante: **escucha a tu cuerpo**. Si algo duele, algo no está bien. Cambia. Cuanto antes, mejor. Si no lo haces, ¿sabes qué va a hacer el cerebro? Se desconectará y ocasionará **depresión**. Y el problema de las depresiones es que muy poca gente sale de ellas. El 90 por ciento de las aflicciones de la gente son por cosas que nunca pasarán, esto es una gran causante de depresión. Si le preguntas cuáles son las causas que les preocupan, la gente responderá que sus preocupaciones son por situaciones que van a pasar, por el futuro, por el pasado y por lo que ha dejado de hacer en el presente.

¿Has visto cuándo es feliz un perro? No es cuando come, es cuando le preparas la comida. Esto quiere decir que la felicidad no viene de conseguir algo, viene de tener motivos para levantarse cada mañana, y ¿sabes cuál es el problema?, el 97 por ciento de ***la gente no sabe por qué se levanta en las mañanas.*** *Cualquier persona que tiene un porqué vivir, encuentra siempre un cómo.*



No vendas tu vida. Sigue tu corazón, empieza por hacer las cosas que amas: ese proyecto que siempre has amado, deseado, no pierdas tiempo. Lo siento, pero no vas a tener una familia feliz, si no lo eres.

La gente me pregunta, *Titto: ¿cómo tendré un hijo maravilloso?*, la respuesta es: siendo maravilloso. Un cerdo sale con una cerda, un jirafo sale con una jirafa, por eso mucha gente dice: *¿yo qué encontraré?*, algo como tú. La gente crítica hace sus actividades con gente similar, los amargados salen juntos, por eso los negativos atraen a los negativos.

¿Sabías que el ser humano es el único animal en el mundo que con sólo pensar en algo, lo sufre igual que si le estuviera pasando. Por eso cuidado con lo que piensas porque lo atraes.

> *Empecé a darme cuenta que tan importante es ser entusiasta en esta vida. Si hay algo que te interesa , no importa lo que sea, ve a conseguirlo a gran velocidad, tómalo con tus dos bracos, abrázalo, amalo y sobre todas las cosas vuélvete apasionado de el.*
>
> — ROALD DAHL

Tips para ser feliz

¿Qué hago antes de empezar mis conferencias?, primero pensar que la gente que asistirá es maravillosa; participativa y afirmo que me esperan con ansias, da igual si es cierto o no, pero la mente provoca; después ¿qué hago?, estiro los hombros, me estiro. Es imposible no ser feliz haciendo esto, inténtalo, por eso la gente que anda triste, anda encorvada, tú no; enderézate y estírate.

Es imposible estar triste si saltas,
es energía cinética.

Es imposible estar triste si cierras
el puño y te imaginas al mejor público.

Es imposible bailar por la mañana
y no ser más feliz.

Imposible cantar en la ducha
y no ser más feliz.

Te recomiendo estudiar y practicar las técnicas del programa de entrenamiento "La Vocecita", de Blair Singer. Es sumamente completo y poderoso para poder ser más seguro de uno mismo y lograr lo que queremos, que nuestra voz negativa no nos acompleje por el miedo.

Llegaremos a una edad donde lo único que transmitiremos ya no será conocimiento, sino alegría y felicidad. Las generaciones nuevas vienen más revolucionadas sólo nos quedará enseñarles cómo ser felices, luchar ante la adversidad y tener más entusiasmo ante la vida.

Si tu sueño es abrir un negocio, ábrelo. Si truena, ni modo. No te vas a morir de hambre, lo aseguro. ¡El 99 por ciento de la gente no trabaja en tu negocio y vive!, así que lo peor que pasará es nada. **Eso sí, si vas abrir un negocio revisando, estudiando y aplicando con calma los siguientes capítulos de este libro será prácticamente imposible que tu negocio no funcione.**

Arriésgate a hacer las cosas que amas. Para rendir y comerte al mundo, necesitas ponerte en forma. Si eres un gerente de una empresa pon un gimnasio o consígueles membresías para que vayan a ejercitarse, te aseguro que sus parejas lo agradecerán.

2) El segundo cerebro es el límbico

La única forma que tiene para sobrevivir un niño ¿cuál crees que es?, queriéndolo. Y es aquí donde aparece este cerebro, el encargado de **los asuntos del corazón que la razón simplemente no entiende.** Este cerebro es el responsable de hacer que cuando a una cebra le atacan los leones, mamá cebra corra a su lado para salvarla a costa de su vida.

En este cerebro se encuentran las emociones, el sexo y el aprendizaje. Por eso, los niños aprenden más cuando se sienten queridos por el profesor, porque su cerebro detecta ese cariño.



El casarnos y tener una pareja es una decisión totalmente emocional, si fuera una decisión racional nadie se casaría.

Este cerebro se formatea de cero a tres años, un niño para sobrevivir necesita amor. Cualquier menor que no tiene "x" número de contactos al día entre los cero y tres años va a crecer con déficits emocionales por el resto de su vida.

Un niño que no se le toca, se muere.

Este cerebro se formatea con **imitación**; si tú como papá o mamá te levantas con música, ¿cómo se van a levantar tus hijos cuando crezcan?, con música. Si tú como papá o mamá bailas, tus hijos van a bailar; si tú como papá o mamá discutes con tu pareja, ellos discutirán. Entonces lo que tienes que aprender es claro: al final del día lo más importante en esta vida no eres tú, son tus generaciones.

En este cerebro está la alegría, el entusiasmo, las ganas de trabajar. Aprende por lo que copias, por eso cuando contrates a alguien en tu empresa, que sea alguien alegre, entusiasta, trabajador, con ganas de vivir y que sepa del tema que necesitas.

Cuando busques a tu futura esposa o esposo, busca a alguien que sea alegre, dinámico, entusiasta, trabajador, culto. Es lo mismo. En tu opinión el ser alegre, ¿es conocimiento o actitud?, ¿qué crees que sea? Es una actitud y se aprende de cero a tres años. El ser trabajador ¿qué es: conocimiento o actitud? **Actitud**. El ser buen comunicador ¿qué es: conocimiento o actitud? **Actitud**. El ser entusiasta ¿qué es: conocimiento o actitud? **Actitud**. Entonces, ¿sabes qué acabas de descubrir?, el 80 o 90 por ciento del **éxito en la vida** proviene de tu forma de verla, y menos del diez por ciento es conocimiento. No te preocupes por estos, ocúpate de cambiar tu forma de ser y actitud. Las personas más exitosas del mundo son las que tienen 90 por ciento de excelente actitud y sólo 10 por ciento de conocimientos.

Pasamos por la escuela y nunca nos dan una clase de actitudes sólo conocimiento; por eso conocemos gente que tiene cinco carreras universitarias y no hay Dios que la trague y gente que no tiene ni un estudio y es maravillosa, gente que sin conocimiento, le pone pasión a lo que hace y exitosa.

Te repito nuevamente: si quieres ser más feliz, ¿sabes qué tienes que hacer?

Aprender a bailar.

Cantar mientras te bañas.

¿Sabías que es imposible ponerte la corbata de la suerte y que no te vaya mejor?

¿Sabías que es imposible mirarte al espejo y decirte: hoy te ves mejor que nunca y no salir con más ganas?

Pero hay gente que lo hace al revés, *hoy me esperan 14 horas de trabajo; ojalá ya sea viernes.* Ves el periódico y lo único que hacen es leer noticias negativas, mejor no leas el periódico, mejor no prendas las noticias. Te repito, el problema no eres

tú, son tus hijos. Reaccionarán como te vean.

¿Sabías que si un hijo ve a sus papás peleando, el hijo generará un trauma porque piensa que están peleando por él?, lo peor de todo es que eso es irrecuperable. Aunque sea sólo por tus hijos: vuelve a ponerle pasión a la vida.

Un día, un amigo me preguntó: *oye, Titto, ¿por qué te dedicas a esto?,* le respondí: *hago esto, porque al hacer el papel de la vida de alguien que le va bien, me convierte en el papel que interpreto.* Mi madre murió de depresión, yo tengo ese gen depresivo y tuve que buscar una forma de salir de esa enfermedad que pudo atraparme.

Antes de irte a tu negocio, ponte guapo, rinde mucho más el día. Antes de salir a dar tu plática con el público que está esperándote, pon tu música favorita, brinca y motívate. Funciona. Vuelve a hacer locuras y, como te dije al principio, son los asuntos del corazón que la razón no entiende.

3) El tercer cerebro es el córtex

Éste cerebro es el racional, sirve para justificar lo que el límbico siente. Sirve para tratar de entender lo que es la **realidad**, aunque la realidad no existe.

Hay que ser realistas, la mente ve lo que quiere. La embarazada ¿qué ve?, más embarazadas, el que tiene el pie roto ¿qué ve?, más gente con el pie roto. Entonces, ¿qué es la realidad?, no existe, la crea la mente. Los que ven crisis, perciben crisis, los que ven oportunidades, contemplan oportunidades, no existe una realidad.

Pon en el buscador de Youtube: examen de conciencia, quiero que veas este video para entender un poco el funcionamiento del cerebro según la realidad. Te gustará, lo aseguro.

Con todo esto que hemos platicado: ¿eres de los que encuentra estacionamiento o de los que nunca? Tu forma

de pensar es básica, *¿por qué a mí me va mal en mi negocio y a mi vecino bien?* O, peor, te excusas con ellos, le preguntas: *vecino, ¿cómo va el negocio?, mal, ya sabes, la crisis, las marchas* y como a él le va mal, te excusas. *Ah, sí verdad, vecino. A mí también me va mal.* Esto es un problema, si no cambiamos esa forma de pensar, nos vamos a quedar atorados. Atraes lo que deseas y piensas.

En el caso de tu negocio, pongamos un ejemplo con humor:

Pedro es un hombre muy feo, virgen, de 38 años. Y dice: *Titto, quiero encontrar pareja, ¿qué debo hacer?*

Lo que Pedro tiene que hacer es: número 1, ser realista. Si lleva 38 años virgen, hay verdades que Pedro debe tomar en cuenta:

1) Es feo.
2) Es aburrido.
3) Sus técnicas de ligue no funcionan.

No es broma: el 85 por ciento de la gente niega la realidad. Alguien tiene un negocio que vende 20 veces menos que el de al lado y dice: *él tiene suerte. Soy yo el que sabe realmente de negocios.*

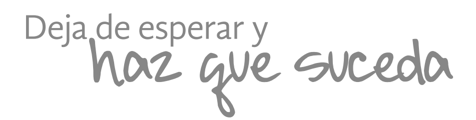
Una vez que Pedro ha sido realista y acepta: *soy feo, no sé ligar, soy aburrido,* viene el segundo paso, si haces lo de siempre ¿Qué te pasará? Va a pasar lo mismo de siempre, obvio. Si comes naranjas ¿Qué harás del baño? Naranjas y, si quieres hacer del baño manzanas, ¿qué tienes que hacer? **Opción A:** rezar. No sirve. **Opción B:** comer manzanas. Es casi seguro que harás del baño manzanas. La mayoría de la gente hace lo de siempre y no entiende por qué le pase lo de siempre. Einstein decía en su definición de locura: *locura es esperar resultados diferentes haciendo lo mismo.* Es lo mismo en tu negocio. Pedro tiene que ser totalmente realista.

Esa realidad se tiene que reflejar en tu negocio. No puedes vender productos para adelgazar y tener un gordito vendiendo, no hay lógica.

Retomando el ejemplo: ¿cómo resolvemos el problema de la virginidad de Pedro a los 38 años? Primero ser realista; segundo, salir a buscar pareja. El problema es que el 85 por ciento de la gente no hace cambios, no sale a buscar. Dicen: *no te preocupes, aparecerá cuando menos lo imagines, para cada tren hay una estación*. Pero eso es increíble. Deja de esperar y haz que suceda; sal a buscar, no va a llegar a tu casa a tocar y decir: *ay, eres el amor de mi vida,* no va a pasar.

En tu negocio debes empezar a hacer actividades diferentes. Pregúntate, ¿cómo quiero que sea mi negocio?, empieza por el final, cómo lo ves: ¿cuál es tu sueño? ¿Quieres franquiciarlo? ¿Quieres más sucursales? ¿Cuántas? ¿En qué ciudades? ¿En cuánto tiempo? Plantéate metas concretas. Las famosas **metas smart**. Ten sueños claros, eso es lo primero, sin ellos, tu negocio estará viviendo el día a día. (En los siguientes capítulos, esto lo veremos a profundidad).

¿Qué hay que hacer? Generar estrategias. Empecemos: preguntémosle a Pedro: ¿qué tipo de chicas le gustan?, supongamos que Pedro responda: *me gustan las chicas negritas;* entonces ¿qué haces si te gustan las chicas con esas cualidades?, en lugar de estudiar alemán, ¿qué estudias?, francés o inglés. ¿A dónde te vas en verano? A Senegal. El tanto por ciento que queda de negritas solteras ¿aumenta qué?, las probabilidades de éxito. ¡Voilà! ¡Marketing! (Recuerda relacionar todo con tu negocio no sólo con el amor).



¿Cuál sería el siguiente paso?, hacer un estudio de mercado. Le preguntamos a Pedro: las chicas que te gustan ¿a qué sitios van? Si a Pedro le gustan las mujeres religiosas, ¿a dónde va? A misa o con los legionarios de Cristo, a retiros espirituales. Una vez que Pedro sabe a dónde van las chicas que le gustan,

viene el tercer paso y definitivo: necesita analizar y hacer la siguiente pregunta: ¿quiénes son los líderes del sector?, ¿a quién admira?, Si simplemente no lo sabe, Pedro tiene que investigar quién es ese guía y conseguir un ídolo.

¿Qué tiene que hacer Pedro? Imitarlo. Pedro debe checar la forma de vestir, hábitos alimentarios y de ejercicio del nuevo modelo. Después de seis meses, Pedro se convertirá en un clon. Irá a los bares, iglesias o donde se encuentre el mercado meta y, al día, se presentará ante 25 chicas durante 365 días. Estamos hablando de 9 mil 125 impactos, que con las técnicas necesarias de imitación podrá conseguir pareja.

Pero ¿cuál es el problema en la vida?, que la gente dice: *quiero vestirme como soy, quiero que me aprecien como soy,* como eres llevas 38 años virgen En conclusión, ¿qué tienes que hacer en tu negocio? Primero **ser realista**, no negar la realidad; segundo, si ves que las cosas no van como quieres, **definir**; el tercer paso, ir a los sitios de tu país o del mundo donde se hace lo que deseas y **copiarlo**. Si haces lo mismo que hace la gente triunfadora, ¿qué pasará? Te irá bien. No necesitas innovar, copia. Si no eres un genio, copia.

Para terminar el capítulo, quiero aclarar los puntos más importantes. El principal es: **¡cuídate!**

Cuidado físico

- Una hora de ejercicio diario obligatorio. No le digas a tu pareja que es lo más importante si diario ve a un obeso.
- Después de los 35 años, toma complementos vitamínicos, betacaroteno y antioxidantes. Aumentarán la capacidad de éxito, rendimiento y felicidad que impactará en el resultado de tus negocios.
- Nadie te querrá y respetará más que tú.
- El ser humano antes no pasaba de los 30 años de vida; ahora la esperanza es de 70 años; entonces, tu esposo o esposa ¡aguantará ese cuerpo gordo durante 50 años!
- Un amigo decía: *el amor se va pero se queda ella.* Por lo tanto, hay que cuidarnos físicamente. ¿Quién deseará un cuerpo feo? Nadie.

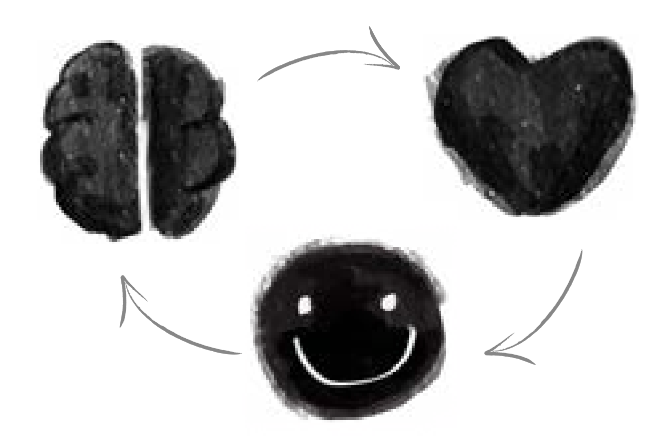
Cuidado intelectual

- Al día, mueren 10 mil neuronas, por eso es necesario leer, asistir a cursos, seminarios, relacionarte con expertos. Evitar el Alzheimer. Trabaja en convertirte en una persona **extraordinaria** con facilidad de sentirte importante.

Cuidado emocional

- Atiende el cerebro límbico: baila, canta, salta, abraza, sal, diviértete, acicálate, verás que el día te rinde más. Ponle pasión a la vida y, por favor, sigue siempre tu corazón, nunca traicionará.

- Cuando tu razón diga una cosa y tu corazón otra, sigue el corazón.



Por último, todos vamos a morir, ¿ok? Recuérdalo. Y cuando uno lo sabe pierde el miedo a todo, porque llegamos sin nada y nos vamos a ir de la misma manera. Por eso no hay derecho a no llevar una vida apasionada. Cuando tengas un problema, piensa que vas a morir y desaparecerán todos tus problemas miedos y demás. Es la mejor manera de elegir los caminos de tu vida, **y por favor sigan siendo locos.**

Cada mañana tienes dos opciones: continuar durmiendo con tus sueños, o despertarte e ir a conseguirlos.

CAPÍTULO 2

El sueño de ser emprendedor



Tenía seis años cuando inicié como emprendedor, siempre fui comerciante nato, amante de las ventas, en busca de productos e ideas innovadoras. Ganaba mi dinero. Nunca me ha gustado depender de alguien, me encanta sentirme libre y ser dueño de mi tiempo. Tomar decisiones a mi antojo.

Desde pequeño, compraba dulces y los vendía a los niños del fraccionamiento donde vivía. Es una de las enseñanzas que agradezco de mis padres: valorar cuánto cuestan las cosas. Así con el tiempo, continúe en el camino de las ventas y en el ofrecimiento de servicios para obtener beneficios.

Si eres bueno en algo, nunca lo hagas gratis.

He vendido ropa, dulces, pasteles, productos ecológicos y comida. La gente me ubica como el que vende todo y me encanta. Hoy, soy dueño de cuatro negocios funcionales, con diferentes giros.

Aprendí el secreto de obtener ingresos pasivos, es decir, ganar dinero mientras duermo y dedicarme a hacer las cosas que amo; sobre todo logré no trabajar por **necesidad** y sí por **gusto**. Uno de mis objetivos es crear negocios que crezcan y se vuelvan exitosos con el enfoque de podérselos heredar a mis hijos y ayudarles con un respaldo económico en un futuro. Es el beneficio de ser dueño de tus propios negocios, recuerda: **un empleo jamás será heredable, un negocio sí.**

Esta pasión por emprender me generó la necesidad de conocer el funcionamiento de grandes corporativos. Por lo que ingresé en una empresa especializada en *coaching* de negocios y descubrí los secretos que existen para iniciar y aumentar los negocios.

Durante este trabajo conviví con *coaches* internacionales que me aportaron información invaluable. Descubrí que mi pasión era ayudar a la gente a lograr lo mismo: generar su propio negocio. Decidí independizarme y asociarme

con jóvenes con sueños similares a los míos y empezar a consolidarme como asesor. Actualmente amo mi profesión.

Iniciar tu empresa no es tan fácil, es cierto, la escuela no nos enseña emprender. **Las estadísticas no mienten y ocho de cada diez negocios que inician no llegan a sus primeros cinco años de vida y de esos dos negocios sobrantes sólo el 0.5 llega a una segunda generación.**

La clave estará en aprender a ser eficiente,
conocer secretos
y hacer que funcione

Existen diferentes factores para que las empresas mueran, la principal razón: **abrir** y **crecer** un negocio tiene sus trucos y secretos. Sino cualquiera podría hacerlo. Pero lo que no saben es que se requiere metodología para lograrlo. En este libro la conocerás.

Durante años he trabajado con dueños de negocios de diferentes giros y sectores, es importante que sepas que las estrategias que conocerás en este libro han funcionado de manera garantizada para estos rubros. Una vez que acabes de leer este libro y empieces a aplicar estos consejos, te aseguro que negociar se volverá un vicio, como todo: la clave estará en aprender a ser eficiente, conocer secretos y hacer que funcione.

El 90 por ciento de los negocios no mueren solos, los mata el propietario de la empresa al no saber cómo manejarlo. Existen cuatro áreas esenciales que debes conocer para trabajar, organizar y cuidar antes de empezar un negocio. Estas áreas funcionan para un emprendedor principiante o para cualquier empresario. Nunca es tarde para aplicar estas cuatro áreas.

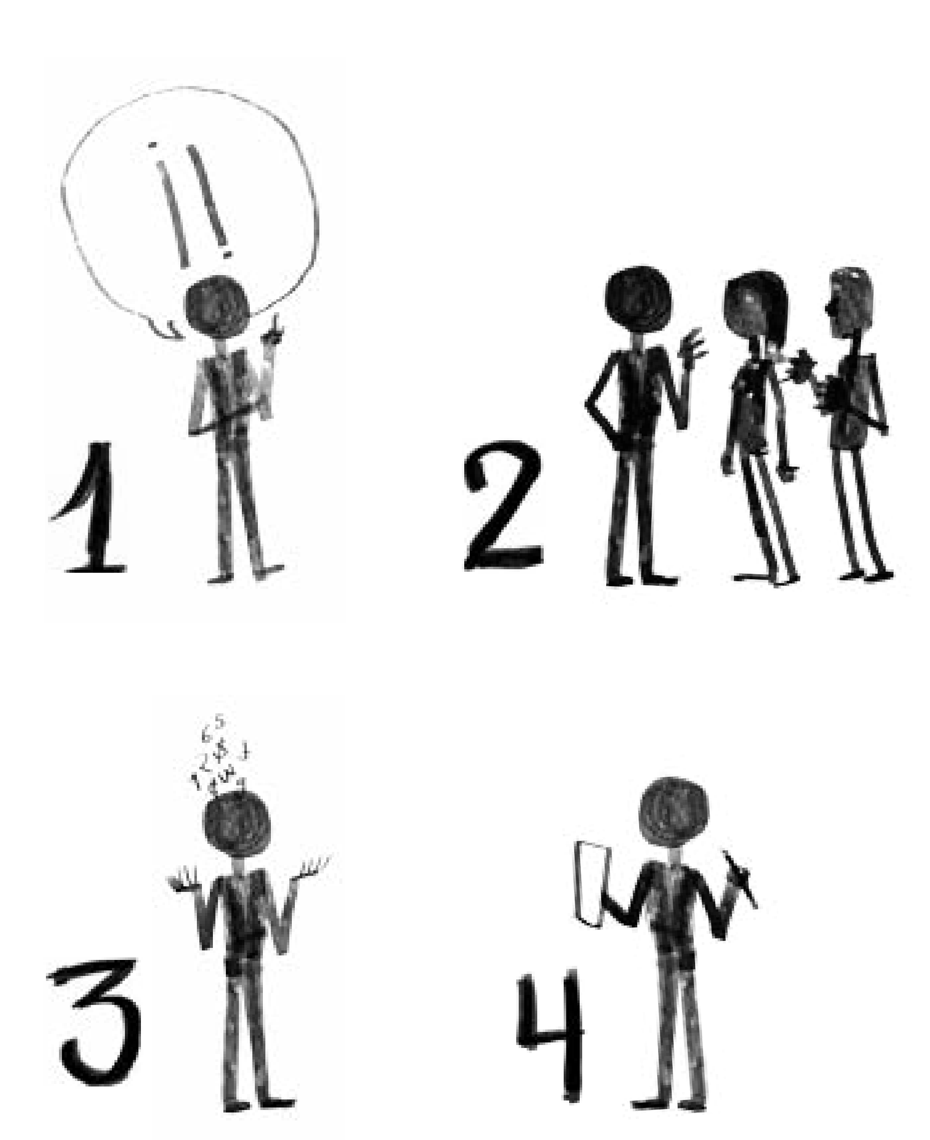
Son el **secreto** de los mejores empresarios para prolongar el tiempo del establecimiento:

ÁREA 1: Ponle un sueño a tu negocio
ÁREA 2: Prepara y organiza tu equipo de trabajo
ÁREA 3: Finanzas para no financieros
ÁREA 4: Súper plan de marketing

Te explicaré cada una de las áreas con calma sólo encárgate de tomar nota e irlo adaptando a tu proyecto. Te aseguro que, conforme leas el libro, valorarás tu negocio para hacerlo perdurar y heredarlo a futuras generaciones.



Prepara papel y lápiz...
¡Empezamos!


¡!
1
2
3
4



Una flecha puede ser disparada solamente si es jalada hacia atrás. Cuando la vida te arrastre hacia atrás con dificultades significa que vas a ser lanzado hacia algo grande. Entonces sólo concéntrate y mantén tu dirección.

— ANÓNIMO

CAPÍTULO 3

Ponle un sueño a tu negocio

ÁREA 1



Ponle un sueño a tu negocio

El primer paso para crear o crecer tu negocio, si ya lo tienes, es dejar muy claro cuál es tu sueño. ¿Qué pretendes lograr? Aunque se escuche muy absurdo esto es algo muy importante que a veces olvidamos o no analizamos a fondo.

¿Pero qué quiere decir ponerle un sueño al negocio?

Supongamos que eres chef y deseas abrir un restaurante. Queda claro que tu sueño es abrir tu propio lugar, por fin ser dueño de tu negocio, para que en un momento trabajes sólo para ti. Pero la ilusión debe ir más allá, ¿cuál es tu sueño con ese negocio? ¿Qué quieres lograr? ¿Quieres franquiciar tu negocio? ¿Quieres tres sucursales?, ¿en la misma ciudad o en diferentes localidades? ¿En cuánto tiempo planeas lograrlo? Para todo esto hay un término importante: tus metas deben ser ***smart***, que significa inteligente en inglés:

eSpecíficas
Medibles
Alcanzables
Reales
y medibles en el Tiempo

Tu sueño tiene que ser totalmente *smart*, al igual que las demás metas de tu negocio y vida. Todos en la parte trasera de la cabeza, arriba del cuello, tenemos algo llamado **RAS** (Reticular Activating System o sistema de activación reticular), quiere decir que cuando piensas en una meta que es *smart* tu RAS se activa.

Pregúntale a una mujer que ha estado embarazada, ¿cuántas mujeres en ese mismo estado veía al día?, te contestará que muchas, y no quiere decir que todas las mujeres dijeron al mismo tiempo: *es hora de embarazarnos*, claro que no, siempre hay mujeres embarazadas, pero la mente no las había visto porque el RAS no estaba activo.

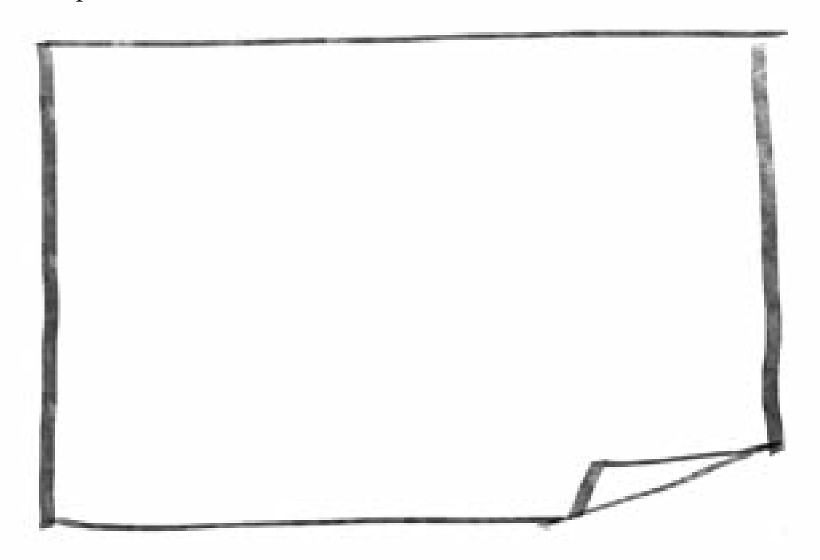
Cuando estás embarazada el RAS se activa a eso y verás por todos lados mujeres embarazadas, carriolas y elementos relacionados con bebés. Cuando te rompes un pie y usas yeso, pasa lo mismo: sales a la calle y ves la misma situación que tú. Lo mismo sucede con las metas propuestas, entre más claras y específicas, el RAS se activará y las localizará; de lo contrario, si no fijas metas, tu cerebro será como una brújula sin rumbo.

Cada fin de año es un excelente momento para plantearnos nuevas metas y propósitos tanto personales como profesionales. Uno de los propósitos más comunes es bajar de peso, mucha gente se propone eso y ¿qué pasa?, ¿cuántos lo logran? La realidad es que muy pocos logran bajar de peso y, por una simple razón, estas personas no están haciendo propósitos smart. ¿Cómo lo hacen normalmente? Se proponen bajar de peso, pero como es la cena de fin de año dicen: terminando la cena empiezo la dieta, porque ni modo que no coma todo esto que hay tan rico; al día siguiente es el recalentado y también le entran a la comilona; después del 6 de enero, día de reyes y la rosca, y después febrero, los tamales del que le salió el mono de la rosca. Simplemente así te la llevas y el bajar de peso queda olvidado. En cambio si haces ese propósito smart, empezando con ponerle una fecha exacta donde digas: voy a bajar dos kilos por mes a partir de enero, durante tres meses, para lograr que me quede el vestido para la boda, llevando una dieta especifica de cierto nutriólogo, esto aumenta tremendamente las posibilidades de que puedas bajar de peso. Es un pequeño ejemplo de un propósito smart.

> **Cualquier meta,** *no importa lo grande que sea, puede lograrse, si la partes en suficientes pedazos pequeños"*
>
> — HENRY FORD

Regresemos al sueño de tu negocio. Supongamos que tu anhelo es crear un concepto único de restaurante, con experiencias, donde la gente no sólo pruebe una deliciosa comida, sino se deje llevar por experiencias sensoriales, que pierda la noción del tiempo y se quede horas conviviendo con sus amigos y familiares. Una idea de este tipo suena rentable, y parece una posibilidad de poder multiplicar tu negocio por medio de franquicias o sucursales. Sería importante recalcar la importancia de las regalías, para ingresar ganancia a tu bolsillo mientras duermes. En este caso, abre tu segunda sucursal ocho meses después de la primera; al año y medio, vende tu primera franquicia. Hasta entonces le podrás poner tiempo y meta a tu sueño. Será una buena **meta *smart*.**

Quiero dejar claro que un sueño no debe basarse sólo en abrir un negocio, sino en saber qué quieres hacer con él en el futuro. Te preguntaría: en diez años, ¿cómo te ves con tu negocio? Plantéate esa pregunta y anótala en el siguiente espacio:



Crea un sueño a largo plazo

Recuerda que tener tu negocio tiene muchas ventajas, una de las principales, es que el negocio es **heredable**, un empleo no, por eso, crea un negocio **rentable** (generador de dinero), muy **atractivo** (interesante para tus hijos cuando ya no estés) y **funcional** sin ti. Si te enfocas en lograr estos tres apartados en tu negocio, te aseguro que cualquier hijo querrá heredarlo. Podrás irte tranquilo cuando te toque partir.

Pero si tu negocio te absorbe tiempo, no genera calidad y no es disfrutable, te mantiene estresado o preocupado; además, no genera el capital necesario, entonces ningún hijo querrá heredarlo. Para que después no te preguntes por qué tus hijos no quieren ayudarte.

¿Crees que Azcárraga Jean no quería heredar Televisa? Obviamente sí.

Supongamos que tu situación actual no es la que quisieras: el negocio es absorbente, tienes mucho tempo sin vacacionar y ya no disfrutas tu negocio como antes. No te preocupes, tengo buenas noticias para ti, tiene solución: las cuatro áreas que incluye este libro te ayudarán a solucionarlo, y, en tu caso, detectar **soluciones a tus problemas.**

Crea un sueño a largo plazo que te motive a levantarte todos los días y, en caso de requerir socios, asegurar que compartan tu ilusión, de lo contrario, nunca llegarás al objetivo.

El cerebro es muy poderoso, las órdenes que le pongas entre más *smart* sean, más fáciles de lograr. Plantea sueños específicos, ponles tiempo y recuerda: *ten cuidado con lo que deseas por que se cumple.* Así que si tu sueño es empezar una nueva tienda en una plaza comercial, simplemente conviértelo en *smart*, concentra tu energía en ello y lo lograrás.



La calidad de un líder se refleja en los niveles de exigencia que fija para sí mismo.

— RAY KROC

CAPÍTULO 4

Prepara y organiza tu equipo de trabajo

ÁREA 2



Prepara y organiza tu equipo de trabajo

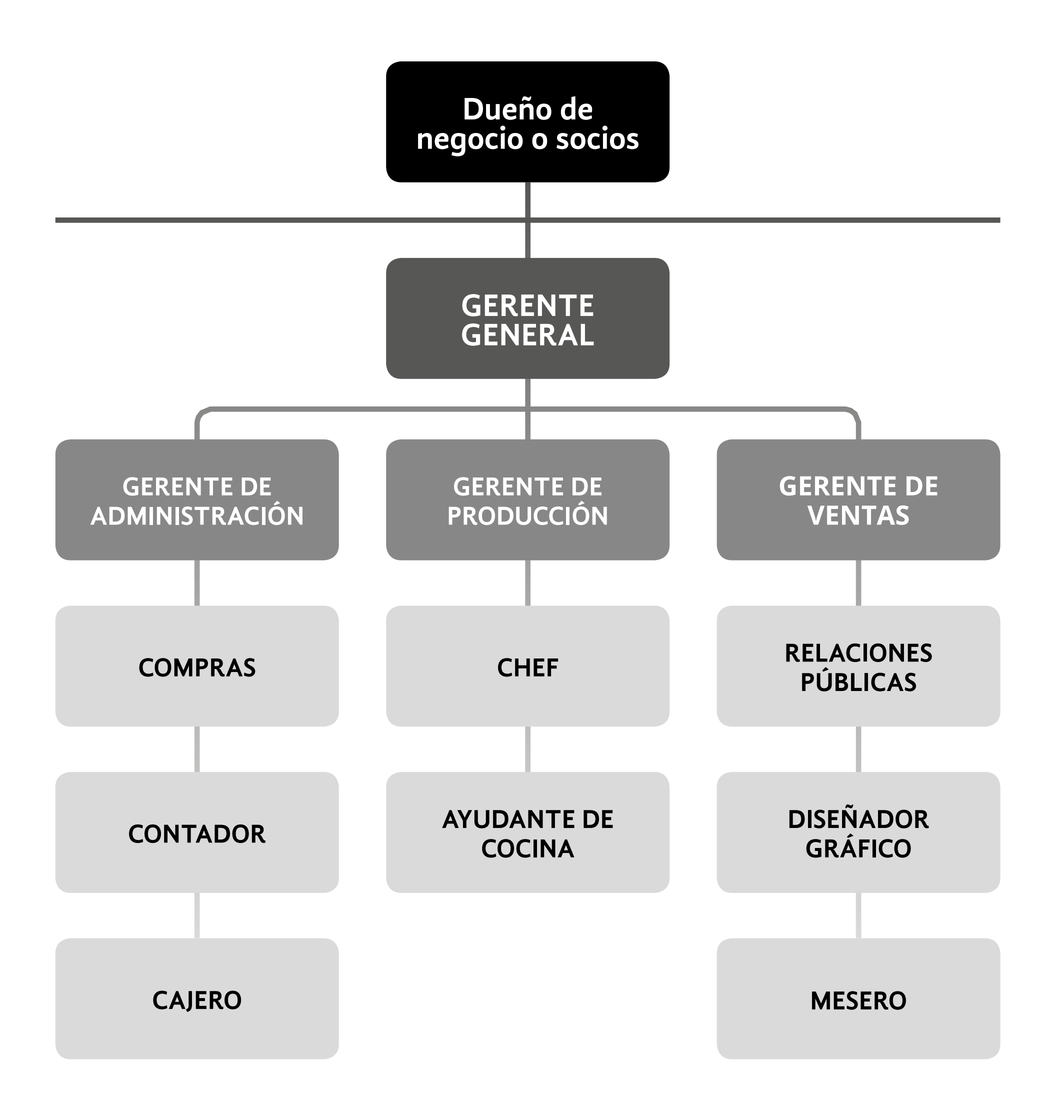
El sueño quedó claro, ahora es momento de planear el equipo de trabajo que ayudará a realizarlo. Esta área está divida en tres pasos, veremos uno por uno para que quede claro.

Construyes a tu gente, ellos construyen tu negocio.
Titto Gálvez

Primer paso
Haz un organigrama escrito de tu negocio. Todas estas cuatro áreas deben escribirse por la sencilla razón de que es un error dejarlas en mente y decir: *a mí no se me olvida, me queda claro qué es lo que quiero y necesito.* Por estos pequeños detalles puede que tu negocio no crezca, te lo firmo. Lo primero es dibujar un organigrama. En esta representación gráfica escribirás los puestos que consideras necesarios para tu empresa. Pon sólo los nombres de los puestos no de personas.

Un organigrama general para cualquier empresa sería el siguiente, adáptalo a tus necesidades:




Dueño de negocio o socios
GERENTE GENERAL
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN
GERENTE DE PRODUCCIÓN
GERENTE DE VENTAS
COMPRAS
CHEF
RELACIONES PÚBLICAS
CONTADOR
AYUDANTE DE COCINA
DISEÑADOR GRÁFICO
CAJERO
MESERO

El cuadro de *socios* está separado por medio de una línea, lo que significa que el dueño o el socio no está inmiscuido en la parte operativa del negocio, recibe utilidades y toma decisiones claves para el crecimiento del mismo. Debajo de la línea viene la parte operativa del negocio.

Una pregunta muy común que me hacen es: ¿cómo puedo entender o saber qué puestos necesito? Cada empresa es diferente, pero las áreas primordiales que debe tener un negocio son: administrativa, operativa y marketing.

Administrativa: números y finanzas.
Operativa o producción: la fabricación del producto.
Marketing: promoción, comunicar que tu empresa existe, lograr ventas.

Puestos básicos en el área administrativa
Coloca los empleos que tienen relación con temas financieros. Cajero (la persona que está en el punto de venta), contador (suele ser un puesto externo, relacionado con los temas fiscales), administrador (persona encargada de controlar el dinero que se obtiene al final del mes, revisa pagos a proveedores y controla el ingreso del negocio), compras (persona encargada de realizar las compras a proveedores).

Puestos básicos en el área operativa o de producción
Selecciona los puestos que tengan que ver con el producto que vendes. Si no produces nada y sólo revendes, no necesitas agregar esta sección.

Puestos básicos en el área de marketing y ventas
Son los empleos dedicados a la comunicación y las ventas. Vendedores (están directamente relacionados con generar venta directa con el cliente), *community manager* (encargado de manejar las redes sociales), diseñador gráfico (realiza los diseños para tus promocionales), relaciones públicas (genera alianzas estratégicas, asiste a eventos relacionados con tu área). Gerente de marketing (realiza y supervisa las estrategias del plan de marketing).

Ya que tienes un negocio, ¿en qué parte del organigrama dedicas más tiempo? ¿Cuánto tiempo enfocas en estar de vendedor? ¿Cuánto tiempo dedicas a cocinar (en el caso del restaurante)? ¿Cuánto tiempo dedicas a realizar pagos en el banco? **No me digas que aún eres de los que abre y cierra el negocio.** Hay un grave problema: el 90 por ciento de los dueños de negocios, más que ser dueños, son autoempleados, dedican mucho tiempo al área operativa. Dedican muy poco tiempo a estar en el cuadro que dice dueño. Por eso el negocio crece lento o no lo hace. Aunque no lo creas es una de las razones más importantes de por qué los negocios mueren. Un ejemplo:

¿Quién conduce un barco? un capitán. Él se encarga de estar en el timón y dirigir la embarcación. Pero ¿qué pasa si decide dejar el timón e irse a la cocina a ver cómo va la preparación de alimentos y chance cocinar un poco? O decide visitar a los comensales y venderles boletos para el show de la noche. ¿Crees que pase algo con el barco? Efectivamente, puede encallar, chocar o cambiar de dirección. Pasa lo mismo con tu negocio, pierde rumbo y no hay quién coordine y dé orientación.

Observamos que hay una segunda razón para que tu negocio no crezca. Existen paradigmas antiguos como *es que nadie lo hace igual de bien que yo, al ojo del amo engorda el caballo, el que tenga tienda que la atienda*. ¿Alguna vez te ha contestado Carlos Slim cuando quieres pedir un servicio en Telmex? ¡Claro que no! Puedes hacer que tu negocio funcione sin ti.

Puedes tener tu tiempo y tu vida bajo control sólo en la medida que interrumpas las actividades de menor valor.

— ANÓNIMO

Otra frase que me dicen algunos emprendedores es *no confío en mis empleados*, pero recuerda: **tienes a los empleados que mereces.** La contratación de personal es fundamental, en este manual no se toca, pero puedes revisarlo en el Programa de Entrenamiento disponible en la página web ***Las 10 etapas para iniciar y crecer tu negocio,*** donde te enseño los trece pasos a seguir para la contratación de personal.

Esto nos lleva al paso dos de esta área.

Segundo paso
Elabora una descripción de puestos, anota actividades y responsabilidades de cada puesto. Sirve para sistematizar tu negocio, tener escrito este proceso facilita el trabajo en cada contratación. El personal sabrá de manera concreta qué hacer y evitará quejas al saber quién es el responsable de cada tarea.

Un ejemplo de descripción es la siguiente:

Gerente de ventas

- Supervisa funcionamiento del personal
- Realiza juntas semanales con el personal
- Capacita al personal
- Crea estrategias de marketing
- Supervisa y aplica las estrategias de marketing actuales (probar y medir)
- Busca nuevos nichos de mercado
- Evalúa proveedores
- Contrata personal
- Realiza compras con diferentes proveedores
- Realiza pagos en bancos.
- Inventarios
- Reporta ventas
- Mejora las ventas mensuales del negocio (meta mensual: $70,000)
- Reporta actividades al gerente general
- Crea alianzas estratégicas
- Supervisa redes sociales
- Coteja distribuidores de productos.

Sueldo: $5,000 mensuales

Esta descripción debe actualizarse conforme surjan tareas. El encargado del puesto requiere conocer y entender las actividades; así como firmar una constancia donde se desglose cada una de las acciones a realizar.

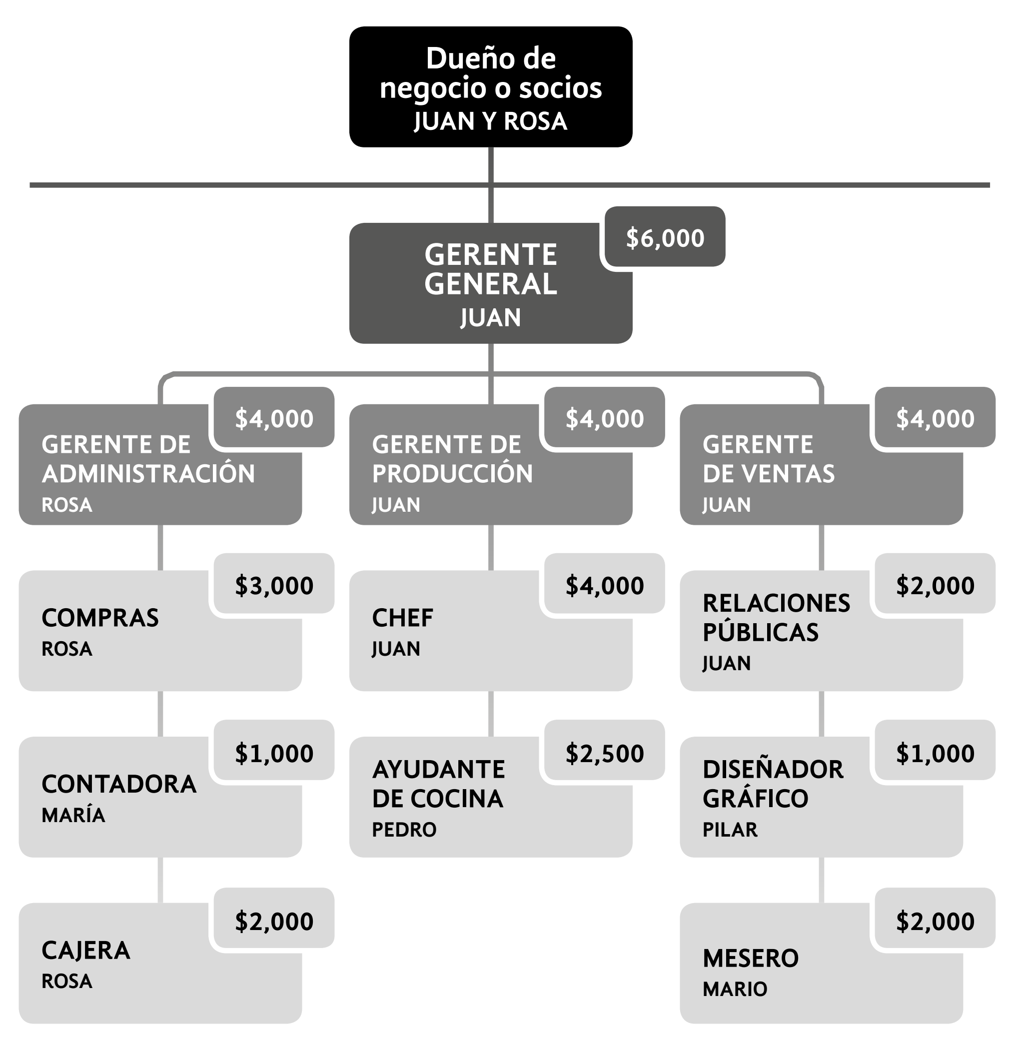
Algo necesario es establecer el sueldo del puesto. El objetivo de tu negocio es que trabaje sin ti, para eso cada uno debe recibir un sueldo sin importar quién realice la tarea. Es aprender a hacer **más con menos,** que una misma persona realice la mayor cantidad de puestos posibles para que el sueldo sea menor. Lo que no es válido es dejar labores sin sueldo, ponte uno, el que pagarías al que hiciera tus actividades, ten el hábito de cada mes pagarte. Ayudará a que tus gastos fijos queden claros y tus metas de ventas sean reales (lo veremos en el área tres y cuatro).

Pregunta importante: ¿cómo puedo evaluar los salarios que pagaré? Para cada país e, incluso, para cada ciudad es un tema que va a variar siempre. Es recomendable investigar con conocidos o en páginas de empleos en cuánto oscilan los puestos en cuestión. Te aconsejo dar sueldos bajos con comisiones altas por venta.



Tercer paso
Crear un segundo organigrama donde coloques nombre del puesto, ejecutante y sueldo.

Ejemplo:



En el ejemplo del organigrama, los dueños son Juan y Rosa. El primero además es chef, por lo que ocupa el puesto de gerente de operaciones y chef. Además, dedica tiempo a la gerencia de ventas y las relaciones públicas. En este caso, Juan pierde enfoque al dedicarse a tantas actividades de su negocio. Malgasta la oportunidad de hacer análisis de mercado, competencia, marketing y buscar aliados estratégicos, estrategias que ayudarían a crecer al negocio. Es evidente que mientras te encuentres en el manejo operativo te será más difícil realizar planeación, indispensable para generar valor y crecimiento de la empresa.

Pensar como empresario
y no como autoempleado

Por su parte, Rosa además de ser dueña del negocio, dedica tiempo a la administración, hace las compras y es cajera. En el tiempo libre publica en redes sociales.

Pedro, el tercer miembro del equipo, es el ayudante de cocina del chef. Después está Mario, el único mesero en el restaurante. Como parte del equipo de *outsourcing* (gente que no está directamente en tu empresa, sino que contratas de manera externa), está María, la contadora quien ayuda con los asuntos fiscales. Por último, Pilar, la diseñadora gráfica. En total tienes un equipo de trabajo de cuatro personas de manera interna y un total de seis contando a los externos.

Ahora, tu objetivo es empezar a quitar el nombre de Juan (o sea tu nombre) poco a poco de los cuadros de puestos más bajos, aprender a **delegar** responsabilidades. Perder el miedo a pensar que sólo tú puedes hacerlo. Pensar como empresario y no como autoempleado. Es sumamente importante si deseas crecer. Tienes que lograr que el negocio funcione perfectamente sin ti e ir al negocio sólo por gusto y no por mera necesidad; de lo contrario, nunca lograrás multiplicar el negocio o independizarte.

Cuando una empresa inicia normalmente, el crecimiento es positivo. Después, como todo negocio, llega un momento que se estanca y puede durar unos meses así. Posteriormente, la mayoría de las empresas decae o genera poco crecimiento y declives.

El objetivo, como dueño de negocio, es que ante los estanques monetarios, puedas reaccionar de manera inmediata para ascender. Ese es el trabajo del dueño. Pero mientras sigas operando será muy difícil actuar.

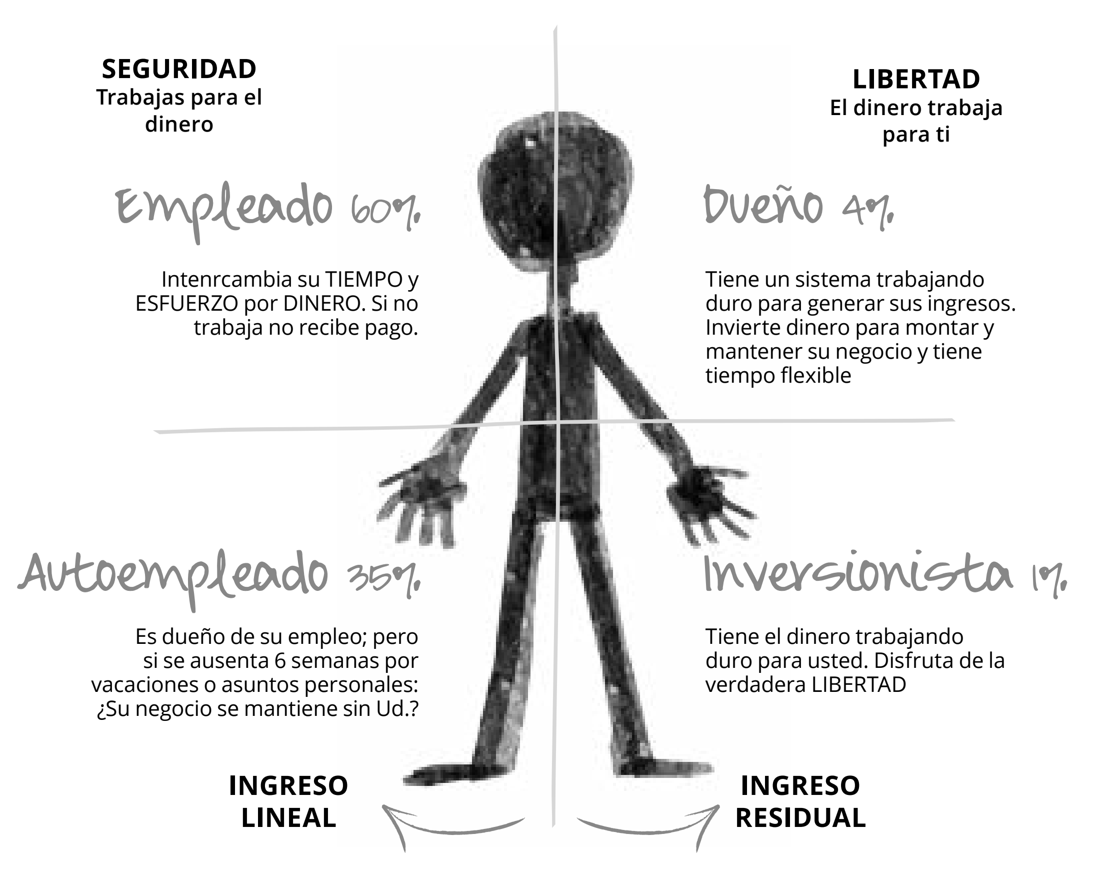
Como conclusión del área número dos, necesitas crear dos organigramas: uno con puestos de trabajo que actualizarás conforme crece o cambia tu empresa y, un segundo, con puestos, nombres de personal y sueldos.

Recuerda hacer más por menos, la mayor cantidad con el menor número de puestos. Pero que el dueño o socio delegue actividades que le quiten tiempo y no generen valor.



Existen cuatro formas para generar dinero y el gran maestro Robert Kiyosaki nos lo explica en su famoso cuadrante del Flujo del dinero. Te lo comparto y es momento de que decidas en qué lado del cuadrante quieres estar...

¿En qué cuadrante se encuentra hoy?



Si entre tus planes y tus sueños está no sólo ganar dinero, sino además tener calidad de vida, tiempo para desarrollar su *hobby*, tiempo para estar con la familia, no lo va a poder conseguir aquí.

En estos dos cuadrantes no eres tú quien produce el dinero, es el sistema de negocio, por tanto puedes tener LIBERTAD, porque la producción de dinero no depende de tu tiempo.



Una vez a Roberto De Vicenzo, ganador del British Open de Golf, le dijeron: la verdad es que usted tiene mucha suerte, a lo que De Vicenzo, respondió:
Sí, señor, ¿y sabe una cosa?, cuanto más practico y más me preparo, ¡más suerte tengo!

CAPÍTULO 5

Finanzas para no financieros

ÁREA 3



Finanzas para no financieros

Ya quedo claro nuestro sueño con el negocio. Ya tenemos bien organizado nuestro equipo de trabajo. Ahora es momento de dejar clara un área fundamental en toda empresa que son los números. La pregunta para ti es ¿Qué tanto conoces los números de tu negocio? Sé sincero en contestar: ¿sabes cuál es tu punto de equilibrio?, ¿cuáles y cuánto son tus gastos fijos?, ¿cuál es tu margen promedio de ganancia? En verdad, ¿qué tanto los conoces? Ocho de diez empresarios no los conoce, **otra de las causas por las que el negocio puede no funcionar.**

¿En verdad amas a tu negocio? Si tu respuesta es sí, que debería serlo, estás amando a un desconocido. ¡Cómo es posible amar a alguien que no conoces!

Supongamos que manejas por carretera un trayecto que nunca has conducido, supongamos que te pido trasladarte de Ciudad Juárez, Chihuahua a Morelia, Michoacán. El detalle está en que el automóvil no tiene tablero. ¿Conducirías un auto así? Sea cual sea tu respuesta, la realidad es que irte de esa forma, requerirá mucha adrenalina. No sabrías ni la velocidad, ni con cuánta gasolina cuentas, simplemente sin tablero, sería muy arriesgado y complicado. Lo mismo sucede con los números, el no conocer a la perfección los números de tu negocio sería no saber dónde estás parado.
Por lo que es necesario saber cuáles son las finanzas y medirlas de manera sencilla. No requieres ser un experto, esto es **finanzas para no financieros.**

Iniciemos con una fórmula sencilla de cinco pasos, pero muy poderosa que te ayudará a realizar tres cosas:

1) Análisis financieros de meses pasados
2) Obtener el punto de equilibrio
3) Hacer proyecciones financieras

Ventas
x
Margen Bruto
=
Utilidad Bruta
-
Gastos Fijos
=
Utilidad Neta

Este método denominado *La contraseña,* consta de **diez pasos** pero en esta área sólo veremos cinco y, en la siguiente, el restante.

¿Cómo usamos esta formulación para los tres casos arriba mencionados? Quiero que tomes un papel y un lápiz y lo vayas haciendo con los números de tu negocio. Con *La contraseña* sabrás la situación financiera de tu empresa, determinarás si está en números rojos o negros y tomarás acciones rápidas.

1) Análisis financiero de meses pasados (cuánto obtuviste de ganancia o de pérdida en meses anteriores)

Revisaremos cómo está tu empresa, qué tan bien de salud se encuentra. Comencemos, paso a paso con cada una de las filas para aclarar dudas:

Ventas	$30,000.00
x	x
Margen Bruto	
=	=
Utilidad Bruta	
-	-
Gastos Fijos	
=	=
Utilidad Neta	

Coloca la cantidad de ventas del mes pasado, si no tienes este dato, es importante que te eches un clavado a tus notas, tickets o donde registres las ganancias. De entrada, si nunca lo haces por día, **es importante comenzar a realizarlo.** Marca tus ventas por día y súmalo al final de la semana. Esto tiene que ser mensual, o sea del día 1 del mes al día 30 o 31, según el mes. Igualmente, si apenas vas a empezar tu negocio esto es algo que no se debe desapercibir.

Supongamos que el monto de ventas del mes es de $30,000 pesos. Tenemos el primer dato, vamos con el segundo.

Es hora de poner nuestro porcentaje de margen bruto. ¿Cómo lo obtengo? El margen bruto **es el porcentaje de ganancia que obtienes sobre el producto o servicio que vendes.** Se consigue con la siguiente fórmula:

Margen bruto = (Precio de venta – costo)/ precio de venta * 100

Pensemos en una juguetería. Cada juguete cuesta $30 pesos y lo vendes en $55 pesos. El costo es $30 y el precio de venta de $55.

Con la fórmula:

Margen bruto = (55 – 30)/ 55 * 100
Margen bruto = 45%

El margen bruto del producto tiene que ver sólo con lo que te cuesta hacerlo, no incluyas gastos fijos aquí.

Ventas	$30,000.00
x	x
Margen Bruto	45%
=	=
Utilidad Bruta	
-	-
Gastos Fijos	
=	=
Utilidad Neta	

No cometas el error de creer que porque una torta cuesta $3 pesos y la vende en $18 pesos ya le ganas el 300 por ciento. ¡Claro que no! Siempre usa esta fórmula para saber el porcentaje de ganancia que tienes sobre el producto.

Algo importante es que, en muchos casos, no será exacto. Vas a tener productos que tengan diferentes costos y precios de ventas. En este caso, sacarás un promedio para usarlo. De entrada puede ser una actividad tediosa, pero es importante hacer. De hecho puedes recurrir a una plantilla en Excel y sólo actualizarla.

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA	MARGEN BRUTO
Muñeca grande	15	35	57%
Muñeca pequeña	20	45	55%
Piano pequeño	32	78	58%
Trompo	12	25	52%
Patineta grande	50	120	58%

Para elaborar el promedio, sumas todos los márgenes brutos y los divides entre la cantidad de productos que son, en este caso es: 57+55+58+52+58/5= **56%**

Regresando al ejemplo de los juguetes, nuestro margen bruto es de 45 por ciento. Por consiguiente, el siguiente paso, según la fórmula, es multiplicar las ventas por el margen bruto: $30,000 x .45 = **$13,500**

Ventas	$30,000.00
x	x
Margen Bruto	45%
=	=
Utilidad Bruta	$13,500.00
-	-
Gastos Fijos	
=	=
Utilidad Neta	

La utilidad bruta no es el resultado que deseamos conocer, todavía falta quitar los gastos fijos, otro dato primordial que muchos emprendedores desconocen. ¿Qué son los gastos fijos? Esos pagos que tienes que hacer para tu negocio vendas o no vendas.

Ejemplo:

- Renta del local
- Nómina de los empleados
- Productos de limpieza
- Servicios como agua, luz, internet, gas.
- Mantenimiento
- Contaduría
- El más importante: tu sueldo. Es lo primero que debes pagarte al mes.

Recuerda que abriste tu negocio para generar dinero, como regla requieres tu sueldo. Después el de los empleados. El problema nuevamente es que los emprendedores no se ponen salarios. Analiza y sé sincero, ¿tienes sueldo en tu propio negocio? ¿Te pagas mensualmente? El 90 por ciento de los nuevos empresarios trabajan y trabajan y no ven ganancias. A partir de hoy, establécete un sueldo, eres el primero. Sin abusar porque estarás robando dinero al negocio.

CONCEPTO DEL GASTO	COSTO UNITARIO
Renta	**$4,000.00**
Sueldo del dueño	**$4,000.00**
Servicios (agua, luz y teléfono)	**$600.00**
Nómina de empleados	**$8,000.00**
Mantenimiento	**$200.00**
Productos de limpieza	**$150.00**
TOTAL	**$16,950.00**

Para el ejemplo de la juguetería tienes los siguientes gastos fijos:

Ventas	$30,000.00
x	x
Margen Bruto	45%
=	=
Utilidad Bruta	$13,500.00
-	-
Gastos Fijos	$16,950.00
=	=
Utilidad Neta	

La fórmula queda:
Y, como paso final, restarás a tu utilidad bruta los gastos fijos:

Ejemplo:

Ventas	$30,000.00
x	x
Margen Bruto	45%
=	=
Utilidad Bruta	$13,500.00
-	-
Gastos Fijos	$16,950.00
=	=
Utilidad Neta	-$3,450.00

$13,500 - $16,950 = **-$3,450**
Lo que refleja que la juguetería tuvo una pérdida de:

$3,450 pesos.

2) Obtener el punto de equilibrio

Vamos al caso número 2 de La contraseña: cómo lograr el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es la cantidad de ventas que haces al mes para no perder y no ganar un peso, quedar igual. Es importante tomarlo en cuenta para que como dueño tengas claro día a día la cantidad de ventas necesarias para lograr el cometido. Por ejemplo, si llegaste a tu punto de equilibrio en el día 15 del mes, quedan 15 días de pura ganancia. Si llegas a tu punto de equilibrio el día 28 del mes sólo tendrás 2 días de ganancia para el negocio. Entre mayor sea tu enfoque en conseguir llegar a tu punto de equilibrio mensual, más crecerás en tu negocio.

En este caso, la fórmula es viceversa, empezaremos de abajo hacia arriba:

Coloca en utilidad neta la cifra $0, como dijimos: el objetivo del punto de equilibrio es saber la cantidad de ventas para no perder y no ganar, entonces obtener $0 pesos de utilidad

Ventas	
=	=
Margen Bruto	
/	/
Utilidad Bruta	
=	=
Gastos Fijos	
+	+
Utilidad Neta	**$0**

Vamos a empezar de abajo hacia arriba

neta.
El segundo paso es poner nuevamente la cifra de gastos fijos que ya sabemos, la usarás siempre. En este ejercicio es

Ventas	
=	=
Margen Bruto	
/	/
Utilidad Bruta	
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$0

seguimos de abajo hacia arriba

$16,950.
Como estamos usando la fórmula de abajo hacia arriba, invertiremos los signos para la operación matemática. En el ejercicio anterior, para el análisis del mes pasado restabas los gastos fijos a la utilidad bruta; por lo tanto, ahora, sumarás la utilidad neta con tus gastos fijos para obtener la utilidad bruta. El resultado:

Ventas	
=	=
Margen Bruto	
/	/
Utilidad Bruta	$16,950.00
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$0

$0 + $16,950 = **$16,950**
Ahora, situamos nuevamente el porcentaje de margen bruto

Ventas	
=	=
Margen Bruto	45%
/	/
Utilidad Bruta	$16,950.00
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$0

que conocemos, en este caso de 45%.
Y, la última operación, al contrario de multiplicar como lo hacíamos en el ejercicio anterior, dividiremos la utilidad bruta entre el margen bruto.

Ventas	$37,666.66
=	=
Margen Bruto	45%
/	/
Utilidad Bruta	$16,950.00
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$0



Queda: $16,950/ .45 = **$37,666.66**
Con los resultados comprendemos que la juguetería debe vender mensual **$37,666.66** para no ganar o perder. Esta cifra sirve como parámetro de lo **mínimo** que tendrás que obtener en ventas mensuales. No se trata de trabajar sin generar. El tercer caso, el más importante, es hacer proyecciones financieras para los próximos meses.

3) Hacer proyecciones financieras

Como dueño concéntrate en realizar proyecciones financieras mensuales para obtener las ganancias deseadas. Recuerda que el cerebro trabaja mejor con objetivos claros. Usemos *La contraseña* para realizar los alcances para los próximos doce meses. La fórmula es igual que en el paso dos: buscas el punto de equilibrio, de abajo hacia arriba.

Supongamos que la juguetería quiere obtener una utilidad neta mensual de $20,000 pesos. **Tu meta smart.** De entrada es alcanzable, la recomendación es que cada mes incrementes el 10 por ciento tus utilidades netas. En **The Starters** contamos con un formato en Excel que te ayudará a visualizar tu proyección anual de manera organizada. Sólo manda mail a ***info@thestarters.com.mx*** para solicitarlo y recibirlo gratis.

En el caso de la juguetería, que pretende una utilidad de

Ventas	
=	=
Margen Bruto	
/	/
Utilidad Bruta	
=	=
Gastos Fijos	
+	+
Utilidad Neta	$20,000.00

Otra vez vamos a empezar de abajo hacia arriba

$20,000 para el siguiente mes, la fórmula queda:
Situamos nuevamente los mismos gastos fijos de $16,950

Ventas	
=	=
Margen Bruto	
/	/
Utilidad Bruta	
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$20,000.00

pesos.
Ahora sumamos la utilidad neta con los gastos fijos para obtener la utilidad bruta, queda:

Ventas	
=	=
Margen Bruto	
/	/
Utilidad Bruta	$36,950.00
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$20,000.00

$20,000 + $16,950 = **$36,950**
El siguiente paso es colocar tu margen bruto que ya sabes cuál es, en este caso es de 45 por ciento. Si te propones hacer esto, cada vez es más fácil, lo principal es contemplar bien los gastos fijos y el margen bruto, con estos dos datos

Ventas	
=	=
Margen Bruto	45%
/	/
Utilidad Bruta	$36,950.00
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$20,000.00

puedes jugar con tus proyecciones de manera rápida.
Por último dividimos utilidad bruta entre margen bruto:

Ventas	$82,111.11
=	=
Margen Bruto	45%
/	/
Utilidad Bruta	$36,950.00
=	=
Gastos Fijos	$16,950.00
+	+
Utilidad Neta	$20,000.00

$36,950/.45= **$82,111.11**
Para obtener la utilidad neta, el dinero limpio en tu negocio de $20,000, necesitas vender de manera mensual $82,111 pesos. El siguiente paso es dividir los $82,111.11 entre cuatro semanas, que da **$20,527.77 pesos.**

Esto quiere decir que cada semana tu equipo debe vender $20,527 pesos para **llegar a la meta mensual** y, tú como líder, hacerles saber esto de manera semanal: presionar y dejar claro el objetivo. Te aseguro que cuando esta cantidad esté en la mente de la gente **será más alcanzable.** Tener una cifra clara como meta hará que sepan cuál es el objetivo y a dónde quieres llegar. Este ejercicio tienes que hacerlo para todo el año con un incremento del 10 por ciento en las utilidades mensuales; además, esforzarte y exigir trabajo en equipo.

Después de este ejercicio, muchos emprendedores me preguntan: *ok, me queda claro que esa es la cantidad que tengo que vender, pero si ahorita no vendo ni la mitad de esa proyección de ventas, ¿cómo le haré para llegar a mi meta?* Es cuando viene nuestra cuarta y última área:

¡Vender lo que quieras!

La palabra ***«trabajo»*** *deriva del latín tripalium, que era una herramienta parecida a un cepo con tres puntas o pies que se usaba inicialmente para sujetar caballos o bueyes y así poder herrarlos. También se usaba como instrumento de tortura para castigar esclavos o reos. De ahí que tripaliare significa 'tortura', 'atormentar', 'causar dolor'*

Si has llegado hasta esta parte del libro, es porque estás listo para dejar de trabajar y comenzar a ocuparte de que tus esfuerzos de ahora en adelante se encaminen a conseguir esa vida en libertad que todos queremos.

¿Estás listo para continuar?





El mundo está cambiando muy rápido.
Ya no será el grande quien golpee al pequeño,
será el rápido quien golpeará al lento.

— RUPERT MURDOCH

CAPÍTULO 6

Súper plan de marketing

ÁREA 4



Súper plan de marketing

Aceptaré que esta es mi parte favorita, es donde se genera lo que amamos los empresarios: el dinero. Y lo podemos lograr con un gran plan de marketing. **Arranquemos**.

La mayoría de los negocios compiten por precio porque no tienen algo que los hace únicos, sólo les queda eso. Ejemplifiquemos: en una empresa de llantas, hablas y ¿qué es lo primero que preguntas? ¿Cuál es el precio de las llantas de tal carro? Si el vendedor contesta con el precio, ¿qué pasará? Decidirás con base en el precio; en cambio si el vendedor explica el diferenciador de cada llanta, el cliente tendrá más motivos para pensar su compra.

¿Cómo se mata un negocio?, cuando empiezas a dar descuentos. ¿Cuáles son los clientes que tendrás si das descuentos? Los que buscan precios baratos. Deja de dar descuentos y busca un diferenciador en tu negocio.

Si quieres un negocio en crecimiento, enfócate en hacerlo y entender el valor del marketing, te traerá prospectos que a la vez se traducen en ventas y las ventas en más clientes. La idea es aprender a prospectar para que tu equipo de ventas esté ocupado.

Si ya eres dueño de un negocio, la pregunta que haré es ¿cuántas estrategias de marketing basadas en prospección estás usando en tu negocio? ¿De cuántas formas te muestras con la gente?, o ¿de cuántas formas la gente se entera de la existencia de tu negocio? ¿Utilizas redes sociales como *Facebook*, *Instagram* o *Twitter*?, ¿tienes un punto de venta o un local físico?, ¿tienes página web? ¿Entregas *flyers* o volantes en puntos estratégicos? Cada una de estas cuestiones engloba una estrategia de prospección. ¿Cuántas utilizas mensualmente en tu negocio? Según las estadísticas, **el 85 por ciento de los negocios sólo utiliza entre dos y tres estrategias** y no de manera constante y mucho menos con una medición.

El secreto está en aplicar el 10x10. En tu plan de marketing de diez estrategias de prospección donde cada una represente el 10 por ciento de las ventas de tu negocio, a esto se le nombra un **Súper Plan de Marketing**, una locomotora imparable, que genere ventas.



Pero esto no es lo único, para que tu locomotora avance de manera veloz necesitarás mucho carbón. Además de las diez estrategias de prospección, visualizarás otras que ayuden a cerrar acuerdos y obtener clientes frecuentes. El *súper plan de marketing* se divide en cuatro partes y cada una tiene sus propios métodos.

1) Estrategias de prospección

2) Estrategias de tasa de cierre

3) Estrategias de monto promedio de venta

4) Estrategias de número de prospecciones

Explicaré cada una y regalaré alrededor de 60 estrategias para que las acoples a tus necesidades.

1) Estrategias de prospección

De las más importantes, sirve para situar a tu negocio en la gente. Imaginemos un embudo, lo importante es reunir a la mayor cantidad de personas en tu embudo, porque sabemos que no todos comprarán, pero entre más estén, más probabilidades de compra.

En este aspecto, es vital **probar y medir.** Con probar me refiero a que no hay manera de adivinar si una estrategia funciona o no, se comprueba probando. Es imprescindible esperar tres meses para checar si nuestra fórmula funciona o no. Entender que cada estrategia goza de vida propia. Si imprimes flyers, generarás resultados particulares. Existen muchas tácticas, conoce algunas visitando mi *videoblog* en *Youtube*:
www.youtube.com/TheStartersWorld

No hay manera de adivinar
si una estrategia funciona o no,
se comprueba probando

Con medir me refiero a que necesitamos estar al corriente de si la estrategia funciona o no. Un día, un empleado me preguntó: *Titto, ¿de cuánto es el presupuesto de marketing en la empresa?* ¿Cuál creen que fue mi respuesta? *Nuestro presupuesto de marketing es ilimitado.* **¡Hazlo!** La razón es: si una estrategia te genera ganancias, invierte en ella, incluso más. Por esto la **tremenda** importancia de medir cada una de las dinámicas, sólo así sabrás si es un gasto o inversión. Un empresario muy famoso, decía: *yo sé que la mitad de mi dinero que está invertido en marketing es un gasto, el problema es que no sé cuál mitad*, no permitas que esto suceda.

Prueba y mide. Imaginemos que una de las estrategias que eliges es imprimir *flyers* y repartirlos en zonas clave. La primera recomendación es asesorarte con un especialista en creación de flyers con técnicas en psicología, *neuromarketing* o comunicación. Uno de mis favoritos es con la técnica de ventas **AIDA** (atención, interés, deseo, acción), búscalo en mi canal en *Youtube* y practícalo.

Después de diseñar tu publicidad la repartes. Pero ¿cómo mides el resultado? La forma más sencilla de medir cualquiera de tus estrategias es entrenar a tu personal para encuestar al cliente: *¿me podría decir cómo se enteró de nosotros?*, cuando el cliente responda, tu personal tendrá una lista donde verifique qué técnica hizo que llegara a tu negocio. Además, es indispensable interrogar al usuario con preguntas como: qué consumió y cuánto pagó por su compra. De esta forma, al final del mes sumarás las ventas que se hicieron a través de la estrategia del *flyer*, restarás lo que costó hacer el producto que vendiste y, de igual forma, el costo de la impresión del *flyer*. Entonces sabrás realmente cuál fue la ganancia o pérdida de esa estrategia.

ESTRATEGIAS DE MARKETING							
	ESTRATEGIA No. de Productos	INVERSIÓN $$$	PRODUCTO VENDIDO	PRECIO DEL PRODUCTO	UTILIDAD POR PRODUCTO	UTILIDAD BRUTA	RETORNO $$$
1	Local Físico	$0.00	0	0	0	0	$0.00
2	Tarjeta de precio especial a locatarios de MR	$0.00	0	0	0	0	$0.00
3	Alianzas estratégicas	$0.00	0	0	0	0	$0.00
4	Página de Internet	$0.00	0	0	0	0	$0.00
5	Redes sociales nuestras	$0.00	0	0	0	0	$0.00
6	Publicity	$0.00	0	0	0	0	$0.00
7	Tarjetas de prospección	$0.00	0	0	0	0	$0.00
8	Video promocional	$0.00	0	0	0	0	$0.00
9	Publicidad en el pizarrón comunitario	$0.00	0	0	0	0	$0.00
10	Mailing con promociones y productos	$0.00	0	0	0	0	$0.00

Para que quede claro, visualiza este formato:
Esta tabla sirve para observar tu retorno sobre la inversión de la estrategia. Solicítala en ***info@thestarters.com.mx***

Otra forma de apreciar la estrategia de *flyers* es usando un ***call to action*** o llamado a la acción. Por ejemplo, puedes escribir al final del *flyer*: *presenta este* flyer *y recibe un 2x1 en tu compra*, de esa forma la gente llevará el *flyer* a tu negocio, los juntarás y al final del mes harás el mismo ejercicio, en donde medirás el retorno por tu dinámica.

Volviendo al concepto de **probar y medir,** la recomendación es: **saca la nueva estrategia al mercado.** Analízala el primer mes, si no da resultados, cambia el diseño, la promoción, los colores y las frases. Si el siguiente mes, no funciona nuevamente, haz cambios. Si al tercer mes tampoco sirve, es momento de olvidar esa estrategia y emplear otra. El objetivo y la meta deben llegar a tu 10x10, donde las diez estrategias deben generar dinero y no gasto. No importa que no generen mucho, pero deben dar, por lo menos, un peso de ganancia. **Esa es tu meta principal.**

A continuación, la lista de estrategias de prospección. Selecciona la que vaya con tu negocio y prueba y mide.

*** Probablemente, algunos términos en las estrategias sean desconocidos, manda un mail a **info@thestarters.com.mx** y, con gusto te ayudaremos a resolver cualquier duda.*

Estrategias generación de prospectos

1. Publicidad en public. locales
2. Publicidad en periódicos
3. Publicidad en televisión
4. Publicidad en radio
5. Publicidad en revistas
6. Publicidad en periódicos de ofertas
7. Avisos en boletín empresarial
8. Avisos en boletines escolares
9. Insertos en periódicos, boletines y revistas
10. **Networking**
11. Publicados de prensa
12. Volantes casa por casa
13. Volantes entregados en cruces
14. Catálogos
15. Folletos
16. **Sección Amarilla**
17. Guía telefónica
18. Directorios
19. **Intercambios comerciales**
20. **Bases de datos**
21. **Correo directo**
22. **Redes sociales**
23. Listas de ofertas
24. Envío de faxes
25. Espectaculares / posters
26. Tickets de compra
27. Parte trasera de taxis
28. Publicidad en cines
29. Patrocinios
30. Postales por correo
31. **Internet / Páginas web**
32. Publicidad en muros de edificios
33. Anuncios en vehículos
34. Anuncios en tiendas y aceras
35. Publicidad en aparadores
36. Materiales / desplegados de punto de venta
37. Empaques de productos
38. Testimonios
39. Pres. de videos en tiendas
40. Promociones en centros comerciales
41. Creación de boletín empresarial
42. Calcomanías y etiquetas
43. Imánes
44. **Artículos promocionales**
45. Dirigibles, globos, banners aéreos y escritos en el aire
46. **E-Marketing**
47. Uniformes / etiqutas de identificación
48. Tarjetas de negocios
49. Relaciones públicas
50. Vededores
51. **Telemarketing**
52. Llamadas en frío
53. Competencias / encuestas
54. **Anfitrión beneficiario**
55. **Alianzas estratégicas**
56. Publicación de un libro
57. Eventos y seminarios
58. Fiestas y espectáculos
59. Fechas regulares y reservados
60. Campañas de obtención de fondos
61. Espectáculos comerciales
62. Organización de fiestas
63. Ventas en multinivel
64. Distribuidores / agentes
65. Licencias / franquicias
66. Días de mercado
67. Cambio / apertura de más lugares
68. Comercia más horas / en horario diferente
69. Apertura de nuevos territorios
70. Medición y evaluación
71. **Sistema de referencias**
72. Franquicia tu negocio
73. Vende licencias
74. Distribuidores

2) Estrategias de tasa de cierre

Ya que lograste que la gente llegue a tu negocio por medio de las diez estrategias de prospección, es momento de conocer la tasa de cierre; es decir, de diez personas que entran a tu negocio, ¿cuántas compran?

Pocas personas saben este número porque nunca lo miden. Mi primera recomendación es calcular por día cuántas personas entran a tu negocio, pensando en una tienda física. Pon a una de tus empleadas o tú mismo a registrar en una libreta cuántas personas ingresan y cuántas compran.

Me queda claro que hay negocios con mucho flujo de gente en donde será muy complicado saber la cifra. Pero si tu negocio se presta para esto es importante realizarlo. El objetivo es saber cuántas personas se interesan en tu negocio y, de esas interesadas, cuántas son compradoras. Esto es llamado **tasa de cierre.** Como gerente de mercadotecnia trabaja en convertir a los interesados en compradores.

Tu misión es incrementar un 10 por ciento la tasa de cierre al mes. Hoy, si de diez personas que entran le vendes a dos, tu tasa es del 20 por ciento; por lo tanto, trabajarás en subir la tasa: hacer que de diez te compren tres, luego cuatro. **Mejorar cada mes.**

Para lograr esto necesitarás estrategias enfocadas en este rubro. Te recomiendo empezar con mínimo cinco técnicas que anotarás en tu formato:

¡Recuerda!
Es fundamental registrar las estrategias y no dejarlas al aire.

ESTRATEGIAS DE TASA DE CIERRE	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Mi estrategia favorita de tasa de cierre es la **garantía.** Cuando ofreces una garantía por producto o servicio, las probabilidades de compra aumentan. En México, hay encuestas que establecen la preferencia del consumidor por el sabor de *Pizza Hut*, pero *Domino's Pizza* vende mucho más por la garantía de *30 minutos o tu pizza es gratis.* Es un caso particular, el usuario prefiere garantía que sabor. *Domino's Pizza* ha regalado muchas órdenes, pero es mucho más rentable lo que genera con su garantía. Así que encuentra la indicada para tu negocio y no tengas miedo de emplearla.

Hay estrategias más poderosas que otras; desgloso **74 estrategias de tasa de cierre** para que elijas las cinco que más se acoplen a tu empresa, cinco como mínimo.



¡Aplícalas y verás cómo aumentan tus ventas!

*Si algún término no es familiar, envía un mail a **info@thestarters.com.mx** con gusto resolveremos tu duda.*

Estrategias de tasa de cierre

1. Otorga garantías

2. Define tu característica única de venta

3. Desarrolla propia línea de productos

4. Vende una línea exclusiva

5. Incrementa rango y variedad

6. Ofrece productos de calidad

7. Lista de beneficios

8. Muestra de cartas de testimonio

9. Fotos/demos de antes y después

10. Usa catálogo de muestras o fotos

11. Folletos de calidad

12. Hojas de información de productos

13. Haz ofertas de valor agregado

14. Inicia una tendencia/moda

15. Da lista de precios de productos

16. Usa los perfiles del personal

17. Escribe la historia de tu compañía

18. Mejora el empaque del producto

19. Muestra reconocimientos

20. Mensajes en espera (teléfono)

21. Otorga solicitudes de cuentas

22. Orden por correo/entrega a domicilio

23. Envía tarjetas previas a la cita

24. Exhibiciones puntos de venta

25. Usa planes de pago y crédito

26. Toma t. de crédito, cheque, vales

27. Diagrama de procesos de ventas

28. Demos de vtas. (Audio, video, y CD)

29. Reimprime artículos de prensa

30. Reescribe cotizaciones en forma de plan de acción

31. Imprime Misión y Visión de la compañía

32. Usa encuestas para prospectos

33. Altos estándares de vestido y presentación/uniformes

34. Deja productos a prueba

35. Ventas de piso

36. Guiones de venta

37. Preséntate a ti mismo

38. Sonríe, crea confianza y armonía

39. Haz preguntas y escucha

40. Da ideas, consejos y asesorías

41. Vende en función al valor y no al precio

42. Mejora el conocimiento del producto

43. Venta hacia arriba, hacia abajo y cruzada

44. Usa técnicas de PNL

45. Vende basado en emoción/sueños

46. Da seguimiento una y otra vez

47. Haz preguntas de cierre, confirma venta

48. Núm. 800 y sobres de porte pagado

49. Agasaja a tus prospectos

50. Sorteos/competencias con seguimiento

51. Haz que comprar sea fácil

52. Mide tasa conversión

53. Entrena al equipo de ventas

54. Otorga incentivos al equipo

55. Encuesta a tus clientes anteriores

56. Encuesta a gente que no compra

57. Incentivo de primera compra

58. Imagen del personal, oficina y autos

59. Aspecto profesional (Iluminación, limpieza, clima, guardería, otros)

60. Acepta enganches

61. Lleva la terminal de la tarjeta de crédito

62. Más vendedores

63. Cambia tus piezas de correo directo

64. Registra los detalles de los prospectos

65. Mantén contacto: boletines

66. Reciprocidad, adiós devoluciones

67. Busca mejores prospectos

68. Perfil empresa y tarjetas de presentación

69. Obsequios con correo directo

70. Bonificaciones válidas al comprar

71. Siempre ten inventario a la mano

72. Ofrece exclusividad

73. Acepta los prepagos

74. Fija metas de ventas

3) Estrategias de monto promedio de venta

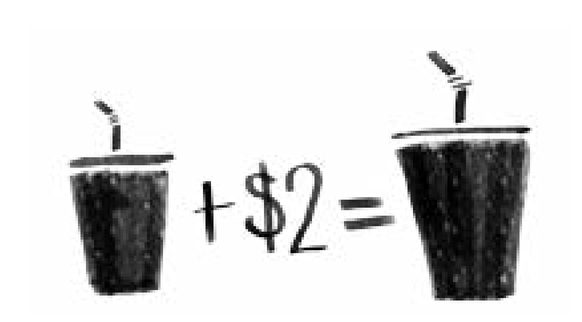
Lograste que la gente llegara a tu negocio por medio de las estrategias de prospección, estás impulsando para que te compren; ahora, lo que necesitas, es que gasten más dinero en tu negocio. **¡Hagámoslo posible!**

Antes que nada, anota siempre cuánto gasta cada persona en su compra. Una vez que tienes el gasto, saca el promedio. Propongamos que el monto promedio actual de lo que gastan en tu negocio sea de $120 pesos por persona. Entonces, nuevamente, tu misión será aumentar esa cifra un 10 por ciento al mes.

Cinépolis, una de las cadenas de cine más importantes en México, es un experto en estrategias de este tipo. Cada vez que vas a la dulcería y pides algo, por ejemplo: *unas palomitas chicas,* los empleados están capacitados para darte un guión de venta donde te obliguen prácticamente a gastar más. *¿Por tres pesos más quieres las medianas?* Qué respondes como cliente: *qué son tres pesos;* según las estadísticas cuatro de diez personas dirán: **SÍ.** Esto incrementa inmediatamente el monto promedio de venta; si el cliente iba a gastar $35 pesos ya gastó $38 y sólo en palomitas.

Los empleados tienen un guión para cada producto que pidas: refresco, golosina, café. **Imita y ejecuta.** Prepara guiones de venta enfocados en tu cliente meta. Te muestro una lista con **46 estrategias** para que utilices nuevamente las cinco que más se acoplen a tu negocio.

Si algún término no es familiar, envía un mail a



Estrategias monto promedio de venta

1. Sube tus precios de venta	**17. Asegúrate que el cliente conoce la lista completa de productos y servicios**	**33. Deja de dar descuentos**
2. Ventas hacia arriba/abajo	18. Cobra honorarios de consulta	34. Agrega valor al servicio
3. Venta cruzada o adicional	19. Vende contratos de servicio	35. Entrega valor percibido
4. Use listas de verificación	20. Vende garantía/seguro extra	36. Promociones dentro de la tienda
5. Haz encuestas	21. Entrena a tu equipo	37. Vende por valor no por precio
6. Fomenta/acepta intercambios	**22. Usa guiones de venta**	38. Pide a la gente que compre algo más
7. Maneja líneas exclusivas	23. Entrena a tus clientes	39. Ofertas de 4 por el precio de 3
8. Reordena la tienda	24. Almacena más rangos de precios altos	40. Oferta compra uno da uno gratis
9. Mercancía en exhibición	25. Crea una imagen de calidad	41. Videos promociones en la tienda
10. Material de punto de venta	26. Servicio sólo a clientes de tipo A	42. Sugiere lo más caro primero
11. Impulsa la compra	27. Acepta enganches/abonos/plazos	**43. Da una lista de compras**
12. Vende con preguntas de doble alternativa	28. Ofrece entrega a domicilio	44. Ten una cantidad mínima de orden
13. Haz/ofrece paquetes	29. Cobra por la entrega/envío o embalaje	45. Permite que la gente reserve
14. Haz tratos de paquetes en volumen	30. Fija metas de monto promedio de venta	46. Mejora el empaque del producto
15. Regalo con $XX de compra	**31. Mide el monto promedio de venta**	
16. Acepta pagos con t. de crédito, cheques o vales	32. Incentivos de equipo por ventas	

4) Estrategias de número de transacciones

Llegamos a la última parte de la locomotora de marketing. Ya llegó gente a tu negocio, compran mejorando la tasa de cierre, gastan más. Hay que volverlos clientes frecuentes. **Fanáticos.** Vendedores de nuestros productos, que los

posicionen en sus redes sociales. ¿Cómo lograrlo?

¿Cómo construyes clientes leales o fans? Lo explicaré con el *elevador del fanatismo.*

Algunos negocios trabajan demasiado en generar un servicio al cliente espectacular, para contentar al cliente y que regrese a gastar. Pero la realidad es que no genera fanáticos.

Se debe trabajar en varios aspectos:

- Dar un servicio excelente.
- Entregar un producto o servicio de calidad.
- Ofrecer experiencia de compra.
- Generar factores wow.
- Otorgar un diferenciador respecto a la competencia.

Los clientes subirán de piso en piso en este elevador.

Los autolavados utilizan estrategias poderosas para hacer que el cliente regrese infinidad de veces, como dar tarjetas de cliente frecuente. Pero ¿qué ofrece el autolavado?, que en la visita número 10 recibas un lavado **gratuito**. ¿Qué logran con esto?, fidelidad y publicidad gratuita al portar la membresía del establecimiento.

Al tener claro que los clientes regresan y aumentan el 10 por ciento el número de transacciones, te dejo la lista de **49 estrategias** para que selecciones las cinco que más te convenzan.

Si algún término no es familiar, manda un mail a ***info@thestarters.com.mx***



Estrategias de número de transacciones

1. Dales momentos mágicos a tus clientes; da un mejor servicio y haz que se sientan especiales
2. **Promete menos, entrega de más**
3. Expande tus servicios
4. Entrega consistente y confiable
5. Mantén un contacto regular
6. Informa al cliente todo tu rango de productos
7. Incrementa tu variedad
8. Ten siempre existencias
9. **Ofrece contratos de servicio**
10. Producto del mes/semana
11. Pídeles que vuelvan
12. **Hazles llamadas periódicas**
13. Envía un boletín a tus clientes
14. Programa de compra frecuente
15. Crea tarjeta VIP/Club exclusivo
16. Haz una base de datos de clientes inactivos
17. Pre-venta o fomenta pre-pagos
18. Tratos de hasta próximo aviso
19. Agenda la siguiente cita ahora
20. Planea compras futuras con tu cliente
21. Haz una oferta para la siguiente compra
22. Sistema de recordatorio de compras
23. Acepta anticipos o enganches
24. Ofrece bonificaciones
25. **Concéntrate en clientes repetitivos**
26. **Seguimiento/contacto post-compra**
27. Educa en el valor total
28. Sugiere usos alternativos
29. Envía regalos/tarjetas en ocasiones/fechas especiales
30. Ofertas regulares por correo directo
31. Da seguimiento contínuo
32. Telemarketing
33. Promociones/eventos a los clientes anteriores
34. **Mide número de transacciones por cliente**
35. Actualización gratis por lealtad
36. Socializa con los clientes
37. Proporciona una lista de compras
38. Pon calcomanías o etiquetas
39. Oferta especial por correo directo
40. Catálogos para que el cliente reordene
41. **Vende productos y servicios de otras personas**
42. **Actualiza tu base de datos de los clientes**
43. Crea una relación
44. Hazte su amigo
45. Ofrece muestras gratis/a prueba
46. Eventos introducción de nuevos productos
47. **Entrena al personal en servicio al cliente**
48. Vende más consumibles
49. Establece un rol de comunicación con los clientes

Por favor, anota en un papel, pizarra o corcho las estrategias a seguir para asegurar que el enfoque propuesto para tu negocio sea claro.

Con la información analizada, anota en este formato las estrategias que se ajustaron a tu negocio:

ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

ESTRATEGIAS DE TASA DE CIERRE	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

ESTRATEGIAS DE MONTO PROMEDIO DE VENTA	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

ESTRATEGIAS DE NÚMERO DE TRANSACCIONES	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Estas estrategias debes medirlas al 100 por ciento para asegurar su funcionalidad. Recuerda: el tiempo de vida de una estrategia es de al menos tres meses. No la deseches antes de tiempo ni desesperes. Paciencia y, sobre todo, no olvides las tres **claves del marketing:**

1) Frecuencia
2) Secuencia
3) Consistencia

Sin estas tres cualidades, ningún plan de marketing funciona.

Revisa mi libro ***"De cero a SÚPER VENDEDOR"*** , donde comparto los mejores secretos para que tus estrategias tengan un impacto poderoso. Conoce la mezcla de estrategias de neuromarketing, marketing BTL y psicología del consumidor; así como técnicas de especialistas de ventas de todo el mundo. Es casi tarea que lo leas y lo apliques en tu negocio para potencializar tus ventas.

Recuerda que cada estrategia de marketing tiene sus propias formas de ejecutarse, no es lo mismo hacer un *flyer* con un diseño cualquiera, que a ti se te ocurrió, que un *flyer* con una metodología comprobada científicamente para que impacte en el cerebro. Todos esos secretos y *tips* te los comparto en el libro ***"De cero a SÚPER VENDEDOR"***, encuéntralo en:

www.thestarters.com.mx y en Amazon

Nunca desees que tu vida sea más fácil, dedícate a ser mejor para que tu vida sea más fácil.

CAPÍTULO 7

Secretos para sistematizar tu negocio



Secretos para que tu negocio funcione más eficaz y eficientemente

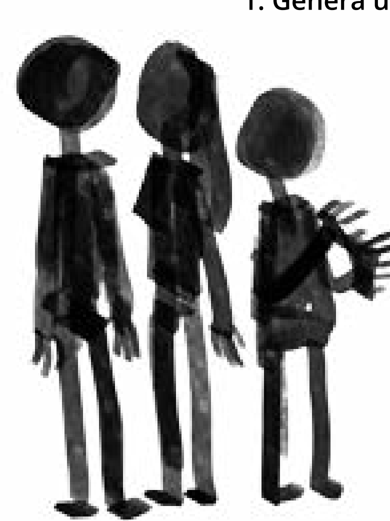
Cuentas con una estructura del negocio que necesitas; el sueño a lograr, tu equipo de ventas, orden financiero y, sobre todo, un plan de marketing poderoso. El siguiente paso es lograr que el negocio trabaje automáticamente, sin ti. Con un sistema ordenado que pueda multiplicarse. No podemos abrir una segunda sucursal si la primera no tiene estructura. En este capítulo, veremos los secretos para que tu negocio crezca.

Estos secretos están divididos en cuatro áreas:

1) Recursos humanos
2) Logística de distribución y entrega
3) Evaluación y medición
4) Sistemas y tecnología

Recursos humanos

1. Genera un sistema de entrenamiento continuo

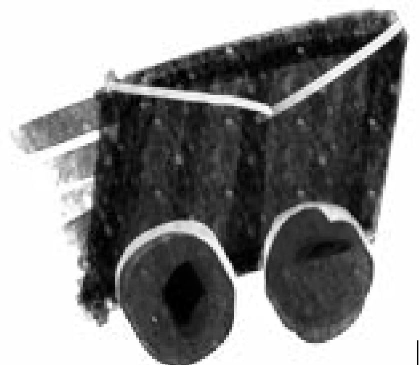


2. Elabora descripciones de cargo para todos los puestos
3. Integra sesiones basadas en habilidades de equipo
4. Implanta un sistema de redundancia
5. Desarrolla un club social para tu equipo
6. Suscríbete a revistas y boletines didácticos
7. Desarrolla un programa de inducción
8. Haz programas de entrenamiento en formación de equipos de trabajo
9. Crea un sistema de resolución de conflictos

10. Define las reglas del juego de tu negocio
11. Integra sesiones basadas en habilidades de equipo
12. Crea planes de contingencia del personal
13. Ten juntas de equipo regulares
14. Desarrolla un sistema de reconocimiento y remuneración
15. Usa análisis de conducta, personalidad y comunicación con todos los miembros del equipo
16. Establece por escrito la misión y visión de la compañía
17. Construye planes de carrera en la compañía
18. Establece metas de la compañía e individuales para cada miembro del equipo
19. Realiza entrenamiento en administración del tiempo
20. Elabora manuales de carácter: Cómo hacer.... Para cada puesto.
21. Desarrolla equipo

Logística de distribución y entrega

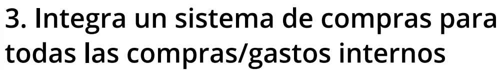
1. Utiliza sistemas sin papeleo (*paperless*)
2. Cumple tu servicio con una consistencia sistemática
3. Cambia el empaque del producto para hacer una entrega segura/fácil
4. Reorganiza las existencias según un ABC de ventas
5. Simplifica tus procesos de empaque y envío de órdenes
6. Pronostica los movimientos de inventario
7. Integra un sistema de compras y recepción de mercancías
8. Busca apoyos externos en almacenaje y



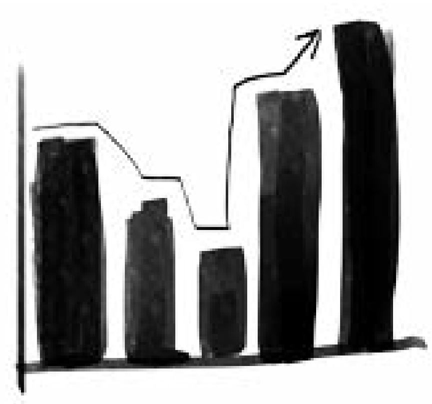
logística (*outsourcing*)
9. Contrata un servicio de entrega de pedidos
10. Crea un sistema de inventarios físico continuo
11. Cuantifica el costo de la entrega de tus productos y servicios
12. Mide la calidad y el profesionalismo de la entrega de productos y servicios
13. Mide y da seguimiento a la calidad y el tiempo de entrega
14. Haz un sistema de manejo de fletes, mensajería y vehículos
15. Mide y usa niveles de puntos de reorden
16. Utiliza un sistema de rastreo o monitoreo de órdenes
17. Haz un rol del personal para la entrega de servicios
18. Incrementa la seguridad
19. Confirma los datos antes de entregar un producto o un servicio
20. Utiliza un sistema de entrega de mercancía "justo a tiempo"

Evaluación y medición

1. Elabora y acata un presupuesto mensual y anual
2. Mide la tasa de conversación para cada vendedor



3. Integra un sistema de compras para todas las compras/gastos internos
4. Haz siempre un análisis de la rentabilidad de las campañas de mercadotecnia
5. Crea un sistema de caja chica
6. Mantén un registro de tus márgenes de utilidad
7. Mide continuamente la cantidad y el origen de todos los prospectos
8. Monitorea constantemente el



control de crédito y la antigüedad de tus cuentas por cobrar

9. Mide el monto promedio de venta por cada vendedor y por cliente

10. Registra el número de transacciones por cada cliente

11. Integra un balance general mensualmente

12. Mide los indicadores clave de desempeño en todas las áreas de la compañía

13. Realiza una conciliación bancaria semanal

14. Actualiza diaria o semanalmente el informe de flujo de efectivo

15. Maneja un sistema diario de revisión de saldos bancarios

16. Realiza auditorías de control de inventario regularmente

17. Realiza las declaraciones fiscales a tiempo

18. Lleva un registro de los activos incluyendo la depreciación

19. Consulta a un contador externo para la planeación fiscal

20. Diseña un sistema de nómina y pensiones

Sistemas y tecnología

1. Programa e implanta un mantenimiento periódico en todas tus máquinas/equipos

2. Utiliza facturas y monitorea los créditos por computadora

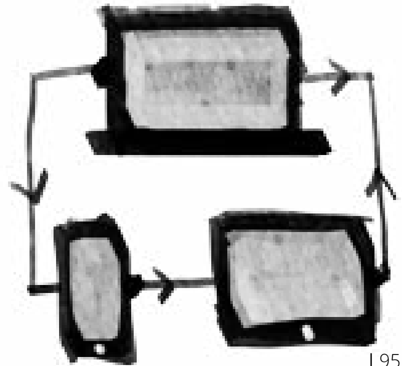
3. Documenta e ilustra todas las tareas en un manual de operaciones

4. Aplica un sistema computarizado de control de existencias

5. Realiza programas de inducción y entrenamientos en sistemas

6. Utiliza los programas computacionales más actualizados

7. Actualiza tu sistema telefónico y de fax



8. Implanta y actualiza regularmente un control de calidad y de seguridad
9. Ten siempre un sistema de respaldo computacional (*back up*)
10. Utiliza correos electrónicos tanto internos como externos
11. Documenta y grafica todos los proceso de flujo del trabajo
12. Documenta todos los sistemas de ventas y mercadeo
13. Documenta los procesos de flujo de información
14. Utiliza un programa computacional de manejo de base de datos diseñado específicamente para ti
15. Conecta todas las computadoras en red para facilitar el acceso
16. Implanta roles y horarios para las tareas repetitivas
17. Integra un manual de políticas y procedimientos
18. Realiza una automatización y actualización de tu maquinaria
19. Documenta todos los sistemas de contabilidad
20. Actualiza tu equipo de oficina con regularidad
21. Prioriza las tareas extraordinarias
22. Resistematiza conforme crece tu compañía
23. Sistemas de seguridad

Esta es una lista de actividades que no sólo debes leer, sino revisar constantemente. Hacerla parte de tus actividades diarias. De nada sirve leerla y no aplicarla constantemente.

El secreto en los negocios se basa en tener dos vitaminas diarias: vitamina D de **disciplina** y vitamina E de **enfoque**. Estas actividades facilitarán el enfoque necesario, pero la disciplina dependerá de ti, aplicarlas hará que tu negocio no muera.


1
4
2
3



Ten 3 Hobbies que ames; Uno que te dé DINERO, otro que te mantenga EN FORMA, y el último que te haga SER CREATIVO.

— ANÓNIMO

CAPÍTULO 8

Aprendizajes del libro



¿Qué aprendizaje te deja el libro?

Como te diste cuenta, no es un libro que sólo leerás una vez, es una guía que revisarás para que tu negocio prospere. Este sistema ha ayudado a miles de empresas en todo el mundo, **pero debe aplicarse tal cual.**

Uno de los hábitos que debes mantener es la preparación permanente. Los mejores empresarios acuden a seminarios, leen, se codean con sus similares más exitosos, con el fin de crecer siempre.

En conclusión, empezar un negocio puede ser tarea sencilla, lo difícil será mantenerlo por muchos años. Pero te aseguro que si llevas a la perfección y con disciplina estas cuatro áreas, el camino al éxito será mucho más rápido.

Te recuerdo las cuatro áreas a seguir:

ÁREA 1: Ponle un sueño a tu negocio
ÁREA 2: prepara y organiza tu equipo de trabajo
ÁREA 3: Finanzas para no financieros
ÁREA 4: Súper Plan de Marketing

Aunque no lo crean está es la base de cualquier empresa. En cuanto aprendas a hacer un hábito de esto en tu negocio, estarás listo para abrir el segundo, verás lo fácil que es inaugurar sucursales. Si aprendes a llevar tu empresa de manera exitosa no hay razón de por qué no puedas llevar **cinco al mismo tiempo.**

Por último, mi recomendación es que si tienes un empleo y quieres empezar la vida de empresario, no dejes tu empleo actual, el negocio no generara las utilidades que necesitas para vivir y las que el negocio requiere para crecer de manera inmediata, en tus tiempos libres concíbelo y plantéalo como empresario no como autoempleado. **Esmérate.** No dejes tu trabajo actual de golpe porque empezarás a absorber utilidades del negocio y jamás lo verás desarrollarse. Los negocios no mueren solos, 90 por ciento de las veces los mata el propio dueño al no saber administrarlo y al no seguir las cuatro áreas.

Es importante que si no tienes un negocio propio, empieces a pensarlo, a sembrar para cosechar en unos años. Tu **meta smart** tiene que enfocarse en crear un negocio que te dé dinero mientras duermes, no puedes trabajar toda la vida para alguien más.

¿Qué va a pasar si te corren de tu trabajo o ya no estás en edad para trabajar? No dependas toda tu vida de un sueldo que consigues a base de trabajo físico. Inicia una fuente de ingresos pasiva, que te reditúe mientras estás de vacaciones. Tomará tiempo, pero si empiezas desde hoy, estarás más cerca de lograrlo.

Esta guía es el camino para lograrlo.

Y recuerda:

> *No dejes de prepararte, leer libros y revistas de negocios, asistir a cursos y seminarios, nunca dejes de actualizarte ya que entre más te prepares más suerte tendrás. Donde vayas a estar en cinco años depende de los libros que leas, la gente con la que te juntes y las acciones que tomes.*
>
> — BRAD SUGAR

Gracias por arriesgarte a leer este libro y te deseo el mayor de los éxitos.

Tu siempre amigo



Agradecimientos y Fuentes Bibliográficas

Primeramente agradecerte a ti que leíste este libro por creer en mi y por arriesgarte a comprarlo y leerlo. Segundo agradecer a todas las personas que me han inspirado para crear este libro, como fue mi familia, mis coaches y mis amigos.

Importante recalcar que la información en este libro viene de investigar y reunir lo mejor que he conocido, escuchado y observado de diferentes fuentes, autores, consultores, conferencistas, como son el Coach Rigoberto Acosta, Coches de la Gran empresa Action Coach y Coach Latinoamérica, Brad Sugar Fundador de Action Coach, mi gran ídolo el Doctor Emilio Duro quien me motivo a siempre hacer las cosas que amamos y de quien usamos gran información de este libro inspirada en sus conferencias.

Sin todas estas personas esta información no estaría reunida en este libro, les agradezco el poder permitir compartir sus conocimientos y reunirlos en un remix de información para emprendedores.



Las personas exitosas están 100 por ciento convencidas de que son maestros de su propio destino, no son criatura de la circunstancia, ellos crean las circunstancias.
Si las circunstancias a su alrededor apestan, las cambian.

— JORDAN BELFORT

De cero a empresario, de Titto Galvez se terminó de editar en diciembre de 2016, por editorial The Starters

Dos de cada diez empresas
Mueren antes del primer año de vida.

En las escuelas no nos enseñas a como iniciar un negocio de manera correcta, y menos como hacerlo crecer. Este libro te enseña paso a paso como iniciar tu negocio de manera sencilla, concreta y probada. Toda persona que quiere iniciar un Negocio debe de seguir los pasos escritos en este libro para evitar que su negocio muera antes del año, **¡GARANTIZADO!.**

Nuestra cultura nos ha enseñado a ver como recompensa el sacrificio personal en lugar de la productividad personal. Los emprendedores más exitosos saben que el éxito radica en trabajar con la fuerza de las ideas y no tanto con el esfuerzo físico. Por lo que el primer consejo antes de leer este libro es que empieces a pensar más que sudar, no se trata de trabajar duro se trata de trabajar de manera inteligente, jamás medirlo por horas, si no medirlo por los resultados que generas.

Si tu Negocio no funciona si tu no estas ahí entonces no tienes un Negocio tienes un Empleo. Aprende en este libro las estrategias para lograr hacer que tu negocio funcione perfectamente sin ti.

www.thestarters.com.mx

